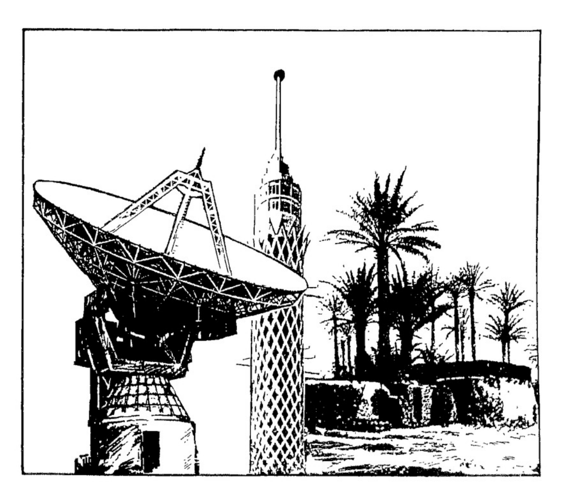


المرأة المصرية والإعلام في الريف والحضر

البحث الحائز على الجائزة الأولى من مركز معلومات المرأة والطفل بدولة البحرين ١٩٩٨



د/عواطف عبد الرحمن
د/ليلى عبد المجيد
د/نجوى كامل

العربي للنشر والتوزيع

اهداءات ٢٠٠٢
د/ عواطف عبد الرحمن
القاهرة

المرأة المصرية والإعلام
فى الريف والحضر

١٩٩٩

أ . د / عواطف عبد الرحمن

البحث الحائز على الجائزة الأولى من مركز معلومات
المرأة والطفل بدولة البحرين (١٩٩٨)

العربى للنشر والتوزيع

٦٠ شارع القصر العينى (١١٤٥١) - القاهرة

ت : ٣٥٥٤٥٢٩ - ٥٩٤١٩٤٣ فاكس : ٣٥٤٧٥٦٦

E - Mail : alarabi 5 @ intouch . co m

الطبعة الأولى

١٩٩٩

المرأة المصرية والاعلام فى الريف والحضر

المؤلـــــف : د/ عواطف عبدالرحمن

الغلاف للفنـان : مصطفى رمزى

عدد الصفحات : ٢٨٤

فريق البحث

أ . د عواطف عبد الرحمن — **الباحث الرئيسى**

الباحثون في الجزء الإعلام :

أ . د ليلى عبد المجيد . — **الإشراف العام**

د . نجوى كامل .
د . أميرة العباسى .
د . جيهان يسرى .
د . محمود خليل .
د . شريف درويش .
د . حسنى نصر .
د . سيد بخيت .
د . محمد منصور .
د . سلوى العوادلى .
أ . أيمن سعيد .
أ . أحمد محمود .
أ . هشام عطية .
أ . سحر فاروق .
أ . أمل فاروق .
أ . ثريا البدوى .
أ . خالد صلاح الدين .
أ . جيهان رشاد .
أ . منى زين العابدين .

شاركت د . ناهد أبو العيون فى الإشراف على متابعة واعداد التقرير الاستطلاعي الخاص بالقائمات بالاتصال فى الإعلام المرئى والمسموع .

الباحثون في الجزء الميدانى

قرية الزرابي

أ . د عواطف عبد الرحمن

أ . صديق ضاحى

أ هويدا منير

جامعوا البيانات من أبناء وبنات القرية :

أ . على نصر

أ . سمير تفيق

أ . شادية رمضان

أ . ليلى عيد فضل

أ . سامية خلف الخصيرى

قرية كمشيش :

د . نجوى كامل

جامعوا البيانات من مركز البحوث العربية وأهالي القرية .

حي مصر القديمة :

أ . عادل شعبان

جامعوا البيانات من مركز البحوث العربية وأهالي القرية .

الإشراف المالى والإداري :

أ . محمد حمدان

مقدمة

أوضاع المرأة
فى احقبة التسعينات

المقدمة

أوضاع المرأة المصرية فى حقبة التسعينات

تؤكد الشواهد المعاصرة أن قضية المرأة ليست مجرد قضية نظرية يمكن تناولها فى إطار التوجهات السياسية والأيدلوجية لتحديث المجتمعات العربية فحسب بل يلاحظ تميزها وخصوصيتها النوعية مقارنة بسائر القضايا المجتمعية الأخرى مثل قضايا الاستقلال السياسي أو التحرر الاقتصادي أو الذاتية الثقافية فهي قضية تتشابك مع كل هذه القضايا وتتفرد بسمات نوعية ذات جذور تاريخية تتعلق بالنسق الثقافي والقيمى وتقسيم العمل والأدوار الاجتماعية بين الرجل والمرأة واستمرارية ورسوخ الأعراف وتأثير الدعوات الفكرية على خلخلة نسق القيم التقليدي المسيطر فى المجتمعات العربية فإن العامل الحاسم فى تغيير وضعية النساء يكمن فى التغييرات الجوهرية التى لابد أن تتناول البنية التحتية للمجتمعات العربية بكل مكوناتها المادية المعاصرة والموروثة .

ولقد تعاظم الاهتمام بقضايا المرأة فى مختلف أنحاء العالم بانتهاء عقد المرأة الأول (١٩٧٥ - ١٩٨٥) الذى شهد إقرار الأمم المتحدة للاتفاقية الدولية للقضاء على كافة أشكال التمييز ضد المرأة فى ديسمبر ١٩٧٩ وإنضمت ١١٦ دولة حتى نهاية عام ١٩٩٢ . وفى إطار هذا الاهتمام الدولي صدرت العديد من التشريعات لتحسين أوضاع المرأة فى كثير من الدول استجابة لنداءات الأمم المتحدة . كما أنكب الدارسون والباحثون لإعداد الدراسات حول أوضاع المرأة وأدوراها . وبزغ مند ذلك التاريخ داخل الحقل المعرفي للعلوم الاجتماعية فى إطار اهتمامها بقضية المرأة العديد من المفاهيم التى أصبحت متداولة وشائعة على الصعيد العالمي مثل المشاركة والتمكين بأبعادها السوسيو اقتصادية والثقافية ورغم أهمية هذه المفاهيم وما يدور حولها جدل على الصعيد العالمي والغربي بصفة خاصة إلا أنها تحمل دلالات ومضامين تختلف بإختلاف الميراث التاريخي والسياق المجتمعي والأوضاع السياسية والاقتصادية والثقافية التى تحدد مكانة المرأة وأدوراها فى المجتمعات الغربية والتى تختلف

جذرياً عن المجتمعات العربية وعلى الأخص المجتمع المصري . فالمرأة المصرية قد خضعت فى مسيرتها التاريخية لمجموعة من الثوابت والمتغيرات حددت مكانتها الاجتماعية وهويتها الثقافية وأدوارها الاقتصادية والسياسية . وتشير الدراسات إلى أن التكوين الأول للوجود المصري قام على أساس المشاركة الكاملة للمرأة فى العمل ومن ثم كانت مساواتها التامة بالرجل كأثر لوجودها الفعال على المستوى الاقتصادي والاجتماعي . وقد تجلت هذه المساواة فى كافة مجالات الحضارة المصرية القديمة حيث حكمت أول ملكة فى التاريخ وبرزت معان آلهة للعدالة وإيزيس رمز الخير والفضيلة . ولم تشر الأدبيات الفرعونية إلى أى صورة من صور سيادة الرجل على المرأة غير أن هذه الصورة المشرقة لم تستمر طويلاً إذ تعرضت مكانة المرأة المصرية لتغيرات جذرية نتيجة الاحتكاك بشعوب وثقافات لم تكن تحمل للمرأة تلك النظرة المصرية التى تضعها على قدم المساواة مع الرجل تأسيساً على مشاركتها الفعلية فى الإنتاج وصنع الحضارة . وقد حمل الفتح العربي لمصر فى القرن السابع الميلادي الكثير من القيم البدوية والقبلية التى فرضت رؤيتها المتدنية للمرأة والتى طرحت فى سياق ديني مما أكسبها الكثير من القداسة والشرعية وجاءت الحقبة العثمانية كى تضيف المزيج من القيود التى أسهمت فى انحدار مكانة المرأة إلى أدنى درجة .وفى هذا السياق استمرت المرأة المصرية تواصل أداء دورها ومسئولياتها التقليدية داخل الأسرة فى المدن كما ظلت تشارك الرجل فى تحمل أعباء العمل والإنتاج فى الريف ولكن فى إطار الإهدار الكامل لحقوقها وعدم الاعتراف بأدوارها وإسهاماتها الاجتماعية والاقتصادية .

وقد شهدت مصر منذ نهضتها الحديثة فى القرن التاسع عشر بروز نمطين من العلاقات والقيم الاجتماعية والثقافية تمثل أولهما فى النمط التقليدى الذى يقوم على توازن العصبيات وثقافة الموروث الدينى حيث لا وجود حقوقى أو سياسى للمواطن الفرد سواء كان رجلاً أو امراه خارج إطار العصبية القائم على العائلة أو العشيرة وحيث تسود القيم الثقافية المتوارثة والتى تدور فى جوهرها على ما أستقر من مفاهيم جرى تصويرها على أنها مفاهيم دينية . ويعبر هذا النمط عن نظام تقسيم العمل الاجتماعى الذى تتميز به المجتمعات غير الصناعية ويتفاوت بين كل من البيئات البدوية والزراعية فى الوطن العربى حيث يلعب الرجل دور المنتج والمقاتل والفلاح فى علاقة مباشرة مع العالم الخارجى فى حين تتكفى المرأة داخل الأسرة كعنصر استهلاكى وينفرد الرجل داخل هذا النمط بالأولوية ضمن نظام القيم السائدة فيما تشكل المرأة أحد المحرمات المقدسة وتنحصر حدود فعلها الاجتماعى فى أدوار ...... الأم والأخت والزوجة والابنة .

ويتجسد ثانيهما فى النمط الأوربى الوافد الذى بدأ يتغلغل فى البلاد العربية فى نهاية

القرن الثامن عشر وأتخذ أشكالا تاريخية متباينة ومتنوعة عبر الاحتكاك السياسى والاقتصادى والعلمى فى إطار محاولات الدول الأوربية الكبرى للسيطرة على الإمبراطورية العثمانية التى كنا جزءاً منها حتى أوائل هذا القرن . وأفرز هذا الاحتكاك نظاماً قيمياً وافداً إنعكس على شتى المجالات السياسية والاقتصادية والفكرية التعليمية . كما حدد الصراع المستمر بين هذين النمطين مسار كل من المرأة والرجل العربى ضمن السياق المجتمعي العام الذى خصصت له المجتمعات العربية منذ نهاية القرن التاسع عشر حيث أصبح الصراع سافراً بين نمط غربى وافد تغلغل داخل النسيج الثقافى و الاجتماعى العربى وحمل نمط تقليدى بدافع عن مصالحة السياسية وهويته الثقافية ولا يستطيع تجاهل التفوق العلمى والتكنولوجى الذى يتميز بهمها الغرب وقد اتخذت المواجهة بين هذين النمطين أشكالا متعددة اختلفت باختلاف المراحل التاريخية التى مر بها العالم العربى وعبرت عن نفسها سياسياً فى تراث حركة التحرر الوطنى العربية التى انتزعت بعض المكاسب السياسية الشكلية وتمثلت فى الاستقلال الوطنى وبقيت الهيمنة الاقتصادية الغربية وأن تدثرت بأثواب معاصرة واستمرت المواجهة محتدمة على الجبهة الثقافية وقد انعكس هذا الصراع بصورة مباشرة على قضية المرأة العربية باعتبارها أحد المحكات التى تتميز بشفافية خاصة داخل النسق الثقافى والقيمى السائد . وأسفر هذا الصراع عن بروز ثلاث اتجاهات رئيسية ما زالت تتعايش وتتصارع حتى الآن فى مواجهة حادة لم تحسم فصولها بعد إزاء مختلف القضايا الحياتية المعاصرة وفى قلبها قضية الوطن العربى .

ويمكننا أن نرصد هذه الاتجاهات على النحو التالى :

أولا : الاتجاة التقليدى السلفى :

يستمد شرعيته من التركة التاريخية من القهر والاستغلال المنظم للمرأة عبر العصور ومن التفسير السلفى الحامد للنصوص الدينية الذى ينظر للمرأة على أنها مخلوق، ناقص عقلاً وديناً . ويفرض هذا الاتجاه وجوده بواسطة سلطة منظورة أو غير منظورة وعبر مجموعة من النواهى التى تستند إلي العرف والتقاليد والأديان . ويستفيد هذا الاتجاه من الأوضاع الراهنة فى المجتمعات العربية التى تعانى من تفكك المنظومة القيمية وعدم التوازن الاجتماعى والاقتصادى و غياب الديمقراطية بفعل ضغوط النظم الحاكمة فى إطار تبعيتها واستسلامها السياسى والاقتصادى للقوى الدولية المعاصرة . ويستمد هذا الاتجاه استمراريته من خضوع وقبول وسلبية القطاع الأكبر من النساء العربيات المتعلمات والأميات سواء فى

الحضر أو الريف. ويعبر عن نفسه فى بعض الكتابات والصور الإعلامية التى تحصر أدوار المرأة ومسئولياتها المنزلية وتلغى الخط الفاصل بين حقوقها وإرادتها ككائن مستقل وبين تبعيتها لسلطة الرجل فى الحقوق والمسئوليات داخل وخارج المنزل .

ثانيا : الاتجاه الاجتماعى المتحرر :

يستند إلى الدعوات الفكرية التى تبناها جيل الرواد فى الوطن العربى مثل رفاعة الطهطاوى وقاسم أمين وغيرهما مطالبين بسفور المرأة وتحررها فى إطار حركة الإحياء القومى التى تمثلت فى المحاولات الطليعية لجيل الرواد من المثقفين العرب الذين بشروا بقيم جديدة نتيجة احتكاكهم بالثقافة الغربية بعد فترة انكماش حضارى طويلة خلال الحقبة العثمانية حيث سيطرت على الفكر العربى الإسلامى قوالب جامدة . وقد ساعد على نمو وازدهار هذا الاتجاه التغيرات الاجتماعية التى طرأت على أوضاع المرأة العربية بفضل وقد ساعد على نمو وازهار هذا الاتجاه التغيرات الاجتماعية التى طرأت على أوضاع المرأة العربية بفضل انتشار التعليم وخروج المرأة للعمل وذلك فى إطار ثورات التحرر الوطنى التى هزت المجتمعات العربية خلال السيطرة الأوروبية وصولاً إلى مرحلة الاستقلال ويعبر هذا الاتجاه عن نفسه فى التيارات المعاصرة التى تنادى بضرورة إدماج المرأة فى التنمية أى اشتراكها فى كافة الأنشطة المجتمعية السياسية والاقتصادية والثقافية .

ثالثاً : الاتجاه النسوى لتحرير المرأة :

وينقسم هذا الاتجاه إلى تيارين أولهما التيار التقليدى شبه المنغرب الذى يستند إلى الرصيد الذىحققته المرأة العربية فى مجال التعلم والعمل ويتشبه بالحركات النسوية الغربية التى تحصر نضال المرأة من أجل التحرر فى أطر معزولة تعكس رؤية احادية فى قضية تحرير المرأة ويضم هذا التيار معظم التنظيمات النسائية العربية التى كرست هامشية النضال النسائى فى العالم العربى ويحاول هذا التيار التوفيق بين الأطر النسائى الوافدة من الغرب وبين قيم المجتمع التقليدى التى يفرضها النسق الثقافى السائد فى المجتمعات العربية .

أما التيار الثانى فهو تبنى الرؤية النسوية الغربية فى تحرير المرأة من خلال تحطيم النظام الأبوى الذى يميز نمط لعلاقات بين الجنسين سواء داخل الأسرة أو فى المجتمع بكافة مؤسساته وانساقه الثقافية السائدة . ويضم هذا التيار شريحة محدودة من النساء العربيات ذوى الثقافة الغربية وتكمن أشكال هذا التيار فى إنه لا يربط بين تحرر المرأة وتحرر المجتمع بل

يؤكد على فردية واحادية النضال النسائى .

هنا وقد انعكست الاتجاهات الثلاث بتياراتها المختلفة على معالجات ومواقف وسائل الإعلام من القضايا النسائية فى العالم العربى وانتجت لنا صور إعلامية عن المرأة تجسد مختلف التناقضات وصور التفاوت الاجتماعى والثقافى التى تشكل الواقع الراهن للمرأة العربية.

وقبل أن نتعرض بالتفصيل لهذا الجانب يجدر بنا أن نلقى نظرة شاملة على الواقع النسائى العربى الراهن فى مختلف المجالات سواء فى إطار التعليم أو العمل أو المشاركة السياسية أو القوانين والتشريعات .

الواقع النسائى الراهن فى مصر :

ثمة تغيرات جوهرية لا يمكن إغفالها طرأت على الواقع النسائى المصرى خلال الخمسين سنة الماضية تمثلت فى العديد من الجهود الحكومية وغير الحكومية للنهوض بأوضاع المرأة المصرية فى إطار التغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التى شهدها المجتمع المصرى المعاصر . إذ لا يمكن إغفال الزيادة المضطردة فى نسبة الفتيات المتعلمات ونسبة النساء العاملات . غير أن الزيادة الكمية الملحوظة سواء فى عدد النساء المتعلمات أو العاملات ليست فى حد ذاتها دليلا على التغيير الجوهرى فى الوضع الاجتماعى للمرأة أو قرينة على تحررها الشامل بصورة حقيقية . فما زالت المرأة المصرية تواجه كثيرا من العقبات التى تحول دون انطلاقها بكامل قدراتها ومواهبها للمشاركة فى صياغة شكل المجتمع وعلاقاته . ولا شك أن محاولة تأمل نتائج الدراسات والمسوح التى أجريت عن الأوضاع المجتمعية للمرأة المصرية سواء فى مجال التعليم أو العمل أو الثقافة أو المشاركة السياسية سوف تكشف لنا عن عمق التناقض الذى تعانى منه المرأة المصرية بسبب التحديات التى تواجهها فى شتى المواقع وفى مختلف المستويات والشرائح لذلك نلاحظ ما يلى :

فى المجال التعليمى :

تنص المادة العاشرة من الاتفاقية الدولية للقضاء على كافة أشكال التمييز ضد المرأة على التزام الدول الأطراف باتخاذ كافة التدابير المناسبة للقضاء على التمييز ضد المرأة فى المجال التعليم سواء كان تمييزا فعليا أو قانونيا . كما تنص المادتان ١٨ ، ٢٠ من الدستور

المصرى الصادر ١٩٧١ على (أن التعليم حق تكفله الدولة لجميع المواطنين وهو الزامى فى المرحلة الابتدائية ومجانى فى مراحله المختلفة) ويتبين من ذلك أن الدستور المصرى لم يميز بين المرأة والرجل فى مجال التعليم . هذا وتشير الإحصاءات الرسمية إلى التقدم الهائل الذى أحرزته النساء فى تحسين معدلات نعلم القراءة والكتابة إذ ارتفعت النسبة من ١٢٪ عام ١٩٦٠ إلى ٣١ ٪ عام ١٩٨٦ وكذلك فى مستويات التعليم المختلفة سواء فى المرحلة الابتدائية حيث بلغت نسبة الإناث ٩١ ٪ عام ١٩٢٢ بعد أن كانت لا تزيد عن ٣٨٪ عام ١٩٦٠، أما مرحلة التعليم الإعدادى والثانوى فقد قفزت النسبة من ٢٨٪ ، ١٤٪ عام ١٩٦٠ إلى ٤٤٪ ، ٤٢ ٪ عام ١٩٩٠ . إلا أن خريطة توزيع تعليم الإناث تحوى الكثير من المفارقات إذ تتكثف النسبة فى العواصم الكبرى مثل القاهرة والاسكندرية وعواصم المحافظات وتقل فى أطراف المدن (والأحياء العشوائية) وفى الريف حيث تزداد النسبة فى الوجه البحرى عنها فى الوجه القبلى . وإذا انتقلنا إلى التعليم الجامعى نلاحظ أنه رغم التحسن العام فى معدل نسبة الإقبال من جانب الإناث على التعليم الجامعى فقد بلغت عام ١٩٩٣ ٣٨,٦ ٪ قياساً إلى ٣٤,٥ ٪ عام ١٩٨٣ إلا أنه يكشف عن ضآلة التحسن علاوة على استمرار الفجوة بين عدد الطلبة والطالبات فى التعليم الجامعى إذ تشير الإحصاءات (١٩٨٦) إلى أن نسبة الذكور الحاصلين على مؤهل جامعى قد بلغت ٤,٧ ٪ مقارنة بنسبة ١,٤ ٪ للإناث وكذلك الأمر بالنسبة لفجوة الأمية التى تتزايد بمرور الأيام بالنسبة للإناث رغم التقدم الذى حدث خلال ثلاثة عقود من ١٩٦٠ - ١٩٨٦ إذا تناقصت الأمية بين الإناث بنسبة ١٥ ٪ وبين الرجال بنسبة ٢٠٪ إلا أن الأمية لا تزال مرتفعة ومتصاعدة فى الارتفاع بين الإناث إذ تبلغ٧٦,١٪ بين النساء الريفيات و٤٤,٨٪ بين نساء الحضر بينما لا تزيد عن ٣٧,٤ ٪ بين الذكور كذلك يلاحظ ازدياد نسبة التسرب من المدارس بين الإناث فى مرحلتى التعليم الإعدادى والثانوى وخصوصاً فى الريف ويعزى هذا إلى العادات والتقاليد الاجتماعية التى لا تشجع تعليم الإناث فيما بعد المرحلة الابتدائية ويفضل الاستعانة بهن فى الأعمال المنزلية أو فى الزراعة . كذلك يحول الزواج المبكر للإناث فى الريف دون استكمال الفتاة لتعليمها هذا وتؤكد معظم الدراسات الأمبيريقية التى أجريت عن المرأة المصرية والتعليم على جملة حقائق نوجزها على النحو التالى :

أولاً :تعدد تصور التفاوت الكمى والنوعى والجغرافى فى خريطة التعليم فى مصر وتأثير بصورة سلبية على حجم وتوعية مشاركة النساء فى لمراحل التعليمية المختلفة .

ثانياً :تزايد معدلات الأمية بين النساء وعلى الأخص فى المناطق الريفية والأحياء

الشعبية والعشوائية فى المدن بسبب هيمنة التقاليد والقيم الثقافية المتوارثة التى تضع تعليم الأنثى فى أولوية متأخرة عن الذكر علاوة على تزايد رقعة الفقر .

ثالثاً :قصور مناهج التعليم فيما يتعلق بوضعية المرأة وحقوقها إذ يغلب عليها الرؤية الذكورية التقليدية التى تعيد إنتاج النظرة التقليدية للمرأة وأدوارها مسئولياتها ولاتسعى لتصحيح المفاهيم البدوية والقبلية الوافدة والتى تتعارض مع مكانة المرأة ودورها التاريخى والمعاصرة فى صنع الحضارة المصرية .

رابعاً :تقصير وسائل الإعلام فى القيام بدور ايجابى لمحو الأمية بين الإناث والإسهام فى رفع وتطوير وعى المرأة بحقوقها وكيانها وعلى الأخص المرأة الريفية .

خامساً :ارتفاع نسبة مشاركة المرأة المصرية فى التعليم خلال العقود الأربعة الماضية لم يصاحبه ارتفاعا مماثلاً فى مشاركة المرأة فى قوة العمل أو فى المشاركة السياسية مما يفرغ التعليم من محتواه الاجتماعى بالنسبة للمرأة ويحوله إلى أداة مظهرية ظاهريا التقدم بينما تهدف فى جوهرها إلى تكريس الأوضاع التقليدية للمرأة المتعلمة .

النشاط الاقتصادى للمرأة المصرية

على الرغم من أن المرأة المصرية تتمتع بحكم القانون بالمساواة الكاملة فى ميدان العمل وعلى الرغم من الدور الاقتصادية الهام الذى تقوم به المرأة سواء فى الريف أو الحضر ألا هناك ثمة سلبيات ومعوقات تواجه المرأة المصرية خصوصاً فى سوق العمل الذى لا يزال يشهد فجوة نوعية وإذا كانت المادة ١١ من الاتفاقية الدولية للمرأة تنص على الالتزام الدول الأطراف باتخاذ كافة التدابير المناسبة للقضاء على التمييز ضد المرأة فى ميدان العمل وبصفة خاصة لمنع التمييز ضد المرأة بسبب الزواج أو الأمومة وكذلك نصت المادة ١٠ ، ١١ من الدستور المصرى على التزام الدولة بحماية الأمومة والطفولة ومساعدة المرأة على التوفيق بين واجباتها الأسرية وعملها وخارج المنزل ، كما نصت كافة القوانين المنظمة للعمل وعلى الأخص قانون العمل ١٣٧ لعان ١٩٨١ على المساواة القانونية فيما بين المرأة والرجل دون اى تمييز (حماية المرأة من المهن الضارة والخطيرة والعمل الليلى) . غير أن مجال التطبيق الفعلى لكافة هذه القوانين يكشف عن غياب المساواة إلى حد ملحوظة . وتشير الإحصاءات الرسمية (١٩٨٦) إلى أن مشاركة المرأة فى قوة العمل على مستوى القومى قد

زادت من ٧ ٪ عام ١٩٧٦ إلى ١٠٪ عام ١٩٨٦ ويرفع هذا التقرير إلى ٢١ ٪ عام ١٩٩١ وفقاً لأخر إحصاء للعمالة وهو الإحصاء الذى أعاد النظر فى تعريف العمالة بحيث أصبح يشمل النساء العاملات فى القطاع غير الرسمى وعلى الأخص الزراعة وتربية الحيوان مستفيداً من تقرير التنمية البشرية ١٩٩٥ الذى استحدث دليلاً للتنمية البشرية المرتبط بنوع الجنس إذ يحدد ترتيب ١٣٠ دولة طبقاً لمعايير عالمية وتقع الدول العربية ومن بينها مصر فى مجموعة الدول التى كان ترتيبها حسب هذا الدليل أقل بدرجة ملحوظة من ترتيبها حسب دليل التنمية البشرية العام ويعزى ذلك إلى ارتفاع نسبة عدم المساواة فى توزيع القدرات البشرية الأساسية بين الرجال والنساء .

وتشير خريطة العمالة النسائية فى مصر إلى مجموعة حقائق نذكر منها :

١- أن القطاع الحكومى لا يزال أكثر القطاعات توظيفاً للمرأة .

٢- أن قطاع الخدمات يحتل المرتبة الثانية بعد الزراعة فى عمالة المرأة يليه قطاع التمويل والتأمينات ثم قطاع الصناعات التحويلية .

٣- تشير بعض الدراسات إلى أن نسبة العمالة النسائية فى قطاع الصناعة لا يزيد عن ١٪ فى حين تشكل فى الزراعة٤٣٪بينما تصل نسبتهن فى قطاع الخدمات إلى مايقرب من٤٧٪.

٤- تشير الإحصاءات الرسمية (١٩٨٦) إلى أن مساهمة المرأة فى قوة العمل فى الريف لا تزيد عن ٥,٤ ٪ بينما تؤكد الدراسات الميدانية أن ٢٥٪ من العمل فى الريف تقوم به النساء وأن معظم وقت المرأة فى الريف (حوالى ٧٠ ٪) تخصصه للأعمال الحقلية وتربية الحيوانات وأن ما تخصصه للأعمال المنزلة لا يزيد عن ٣٠ ٪ من إجمالى وقتها .

٥- تشير الإحصاءات الرسمية إلى تفاوت نسبة مساهمة المرأة فى قوة العمل فى المحافظات المختلفة فهى تبلغ أقصاها فى محافظتى بورسعيد (٢١,٧) والقاهرة (١٨,٤) وتنخفض فى محافظات الوجه القبلى (أسيوط ٧٪ - قنا ٤,٢٪) وتصل إلى أدنى درجاتها فى محافظتى سيناء والوادى الجديد (٤,٢٪) .

٦- فى إطار الآثار الجانبية الناتجة عن سياسات الإصلاح الاقتصادى والخصخصة تعانى النساء أكثر من الرجال من ارتفاع معدلات البطالة فقد أخذت معدلات بطالة المرأة فى التزايد منذ منتصف الثمانينيات حتى بلغت حوالى أضعاف معدلات بطالة الرجال.وفى الوقت نفسه تتزايد أعداد النساء الفقيرات اللاتى يعشن تحت خط الفقر والتى كانت قد

بلغت عام ١٩٨٨حوالى ٣٨١,٥مليون إمراة وقد ترتب على ذلك ارتفاع نسبة المتسربات من التعليم مما ضاعف نسبة الأمية من النساء عنها بين الرجال علاوة على دخولهن مبكراً إلى سوق العمل وحرمانهن من التعليم والتدريب مما أضعف قدرتهن التنافسية فى سوق العمل .

٧- شهدت السنوات الأخيرة تراجعا عن مبدأ المساواة بالنسبة للمرأة فى مجال العمل وقد تبدى ذلك بعض الممارسات المخالفة للدستور والقانون مثل الإعلان فى الصحف اليومية عن وظائف خالية والاشتراط أن يكون المتقدم للوظيفة رجلاً . وقد شجع عدم التصدى لهذه الممارسات بعض الشركات والبنوك فى القطاعين العام والخاص على تفضيل إعطاء فرص العمل للرجل دون المرأة . هذا فى الوقت الذى ارتفعت بعض الأصوات تنادى بعودة المرأة إلى بيت وحرمانها من حق العمل . وقد بدأت كثير من الجهات فى تنفيذ ذلك بعدم توظيف النساء ولاشك أن الاستجابة لهذه الدعوى يعنى أن يقع عبء الإعالة على ٣٢٪ من السكان فى حين أن مجمل عدد المواطنين فى سن العمل يبلغ حوالى ٦٣ ٪ .

٨- تشير بعض الدراسات إلى ارتفاع عدد النساء اللواتى يعلن أسرهن فقد بلغت نسبة الأسر التى تعولها نساء ٢٥ ٪ فى بداية التسعينات وتهانى هذه الفئة أكثر من سواها من آثار الفقر وقد بلغت نسبة الأمية بينهن ٩٠ ٪ فى الريف .

٩- تعانى المرأة العاملة من مشكلة تعدد الأدوار التى تقوم بها وكذلك عدم توفر الخدمات التى تساعدها على أداء هذه الأدوار . وإذا كان التكيف الهيكلى والإصلاح الاقتصادى يؤثران أساساً على الرجل كمنتج فإنهما يؤثران على المرأة بعدة أشكال كأم وكمديرة لأسرة معيشية وكعاملة فى خدمة المجتمع المحلى وكمنتجة للسلع والخدمات .

١٠- تعانى المرأة من نقص فرص التدريب المهنى للرجال واقتصاره على المجال التقليدية مما يعوق اندماج النساء فى سوق العمل كما يؤثر سلبا على مستوى الأجور والدخل وفرص العمل المتاحة للنساء .

وضعية المرأة المصرية فى إطار قانون الأحوال الشخصية:

لقد تحفظت مصر وكذلك باقى الدول العربية والإسلامية على نص المادة ١٦ والمادة ٢ [١] من الاتفاقية الدولية للمرأة خشية أن تتعارض المساواة فى الحقوق الواردة فى هذه المواد مع مبادئ الشريعة الإسلامية التى تستند إليها قوانين الأحوال الشخصية المعمول بها فى مصر. وقد صدر أول قانون للأحوال الشخصية فى مصر تحت رقم ٢٥ لعام ١٩٢٠ وتعدل بموجب القانون رقم ٢٥ لعام ١٩٢٩ وبعد حوالى خمسين عاماً صدر القانون رقم لعام ١٩٧٩ يحمل بعض التعديلات الجزئية التى لاقت موجة من الاعتراضات من جانب التيار الدينى المتشدد على أساس أن هذا القانون قد قيد حق الزوج فى تعدد الزوجات وفى الطلاق . وفى مايو ١٩٨٥ صدر حكم المحكمة الدستورية العليا ببطلان القانون رقم ٤٤ لعام ١٩٧٩ لسبب شكلى دون التعرض لمضمون القانون وقد ترتب على الحكم ببطلان هذا القانون العودة الى سريان قوانين الأحوال الشخصية الصادرة فى العشرينيات . وقد شهدت هذه الفترة موجة إحتجاج عامة شاركت فيها التنظيمات النسائية التى طالبت بضرورة إصدار قانون جديد ومتكامل للأسرة يغطى كافة جوانب العلاقات الزوجية ويتفق مع المستجدات العصرية وحجم الإنجازات التى حققتها المرأة المصرية فى مختلف المجالات . وقد تصدى المجموعات النسائية للهجمة الشرسة التى شنتها بعض الدوائر السلفية والتيارات الدينية المتشددة فى محاولة يائسة للإبقاء على أوضاع جائرة تناقض مع جوهر الشريعة الإسلامية . وقد تزامنت هذه الجهود مع انعقاد المؤتمر العالمى للمرأة الذى عقد فى نيروبى عام ١٩٨٥ بمناسبة انتهاء عقد المرأة العالمى مما أسهم فى التعجيل بصدور القانون رقم ١٠٠ لعام ١٩٨٥ الذى أعاد نصوص القانون الملغى (رقم ٤٤ لعام ١٩٧٩) وإن كان قد قدم بعض التنازلات استجابة لضغط التيار الدينى المحافظ .

وعندما نتأمل بصورة إجمالية قانون الأحوال الشخصية المعمول به حالياً نلاحظ احتوائه على العديد من مظاهر التمييز ضد المرأة والتى تتنافى مع ما تنص عليه المادة ١٦ من الاتفاقية الدولية للمرأة ويمكن حصرها بإيجاز على النحو التالى:

---

[١] تنص المادة ١٦ من اتفاقية المرأة المرأة على التزام الدول الأطراف باتخاذ جميع التدابير المناسبة للقضاء على التمييز ضد المرأة فى كافة الأمور المتعلقة بالزواج والعلاقات الأسرية خصوصا المساواة فى حق إبرام عقد الزواج وحرية إختيار الزوج وفى جميع الحقوق والالتزامات إثناء علاقة الزواج وعند انهائها وحق اتخاذ القرار فى شأن عدد الأطفال والفترة بين انجاب طفل وآخر وفى الحصول على المعلومات والتعليم والوسائل الكفيلة بتمكين المرأة من ممارسة حق الإختيار أو الاحتفاظ باسم أو لقب العائلة وحق إختيار المهنة والعمل والمساواة فى حقوق الملكية وإدارة الممتلكات والتصرف فيها بالاضافة الى ضرورة تحديد حد أدنى لسن الزواج وتسجيل عقود الزواج فى سجل رسمي. (المصدر – منى ذو الفقار – المرأة المصرية فى عالم متغير – رسائل النداء الجديد رقم ٦ .

١- يعطى القانون المصرى للرجل حق تطليق زوجته وقتما يريد ويحرم المرأة من ممارسة هذا الحق إلا فى حالات استثنائية عندما تكون العصمة فى يد الزوجة وفيما عدا ذلك على الزوجة المتضررة أن تلجأ للقضاء وتثبت بشكل مادى صور الضرر التى تتعرض لها . وقد أثبتت التجربة العملية أن الضرر عامة والضرر النفسى خاصة كسبب للتطليق أمر يصعب على المرأة إثباته بشكل مرضى ويؤدى ذلك فى كثير من الأحيان إلى طوله الإجراءات وتفاهم الضرر الذى ينعكس على جميع أفراد الأسرة كما أثبتت التجربة العملية أن إنفراد الزوج بحق التطليق كثيراً ما يشجعه على التعسف فى استخدامه .

٢- يحق للزوج رفع دعوة طاعة على زوجته فى حالة تركها منزل الزوجية وذلك طبقاً للمادة ١١ مكرر ثانيا من قانون الأحوال الشخصية وإذ إمتنعت الزوجة عنْ تنفيذ حكم الطاعة تصبح ناشزا ويسقط حقها فى النفقة.

٣- يمنح القانون المصرى الرجل الحق فى أن يعدد حتى أربع دون قيد أو شرط سوى الإضافة التى جاءت بها القانون رقم ١٠٠ لعام ١٩٨٥ والتى تنص على ضرورة إخطار الزوجة الأولى عند إقتران زوجها بأخرى وفى هذه الحالة لا يحق لها طلب الطلاق إلا إذا أثبتت الضرر المادى والمعنوى الذى لحقها والذى يتعذر معه دوام العشرة بين أمثالها. وقد هذا الضرر مفترضاً فى القانون الملغى (رقم ٤٤ لعام ١٩٧٩) حيث كان ينص على حق الزوجة فى طلب الطلاق للضرر من خلال سنة من تاريخ الإخطار .

٤- ينص القانون المصرى على حق الأب فى أن يمنح جنسيته لأبنائه إذا تزوج بأجنبية بينما تحرم الأم من هذا الحق ويعامل أبناؤها معاملة الأطفال .

٥- يعطى القانون المصرى للأم حق حضانة أطفالها حتى سن العاشرة للولد والثانية عشر للبنت وللقاضى حق مد حضانة الأم للخامسة عشر للولد وحتى الزواج للبنت طبقا لما يراه متفقا مع مصلحة الصغار وبالرغم من أن قانون الأحوال الشخصية قد أعطى حضانة الأطفال للنساء طبقاً لما سلف إلا أن الولاية تستمر للأب حتى فى خلال فترة حضانة الأم للأطفال .

هذا وهناك بعض الحقوق التى يكفلها القانون المصرى من الناحية النظرية للمرأة مثل المساواة فى حق التملك وإدارة الممتلكات والتصرف فيها . إلا أن ارتفاع مستوى الأمية بين النساء بين النساء وغياب الوعى القانونى وسيطرة العادات والتقاليد المنحازة للذكور تحول

دون ممارسة المرأة المصرية لكثير من حقوقها التى كفلتها لها القوانين كذلك لوحظ أن قانون الأحوال الشخصية قد حدد الحد الأدنى لسن الزواج بـ ١٦ عاماً للمرأة و ١٨ عاماً للرجل . إلا أن أحدث الإحصائيات المنشورة تشير أن ٢٥٪ من النساء المصريات (أغلبهن فى الريف) قد تزوجن فى سن تقل عن ١٥ عاماً .

مشاركة المرأة المصرية فى الحياة السياسية ومراكز صنع القرار :

حظيت المرأة المصرية بإطار دستوري وقانونى بالغ لتقدم حقوقها السياسية فى التصويب والترشيح ابتداء من دستور ١٩٥٦ ولقد أكد الدستور المصرى الصادر عام ١٩٧١ عل مساواة المرأة فى الحقوق السياسية بدون أى تمييز إلا أن قيد المرأة فى جداول الانتخابات كان اختياراً حتى صدور القانون رقم ٤١ لعام ١٩٧٩ والذى أزال هذه التفرقة وجعل القيد فى جداول الانتخابات إجبارياً بالنسبة لكل من الرجال والنساء . كما خصص القانون ٣٠ مقعداً للمرأة لضمان تمثيلها فى مجلس الشعب وذلك مراعاة للظروف التاريخية والاجتماعية التى حالت دون تأهيل المرأة المصرية للمشاركة فى الحياة السياسية واستجابة للمادة الرابعة من الاتفاقية الدولية للمرأة التى ألزمت الدول الأطراف باتخاذ الإجراءات التى تكفل ضمان التعجيل بتحقيق المساواة الفعلية بين الرجل . هذا ويلاحظ أن المشاركة النسائية فى مجلس الشعب قد بلغت ذروتها فى عام ١٩٨٦ (٣٠ عضوة منتخبة لمقاعد المرأة و ٤ منتخبات و ٣ عينات) بنسبة٦,٧ ٪من أعضاء مجلس الشعب ثم بدأت فى الانخفاض حتى وصلت إلى٢٠٪ عام ١٩٩٠. ولا تتوفر حتى الآن إحصائيات عن نسبة المشاركة النسائية فى مجالس المحلية غير أنه يلاحظ أنها لا تختلف كثيراً عن نسبة المشاركة فى المجالس النيابية (مجلس الشعب والشورى) ورغم تدنى هذه النسبة فإن المشاركات فى أنشطة هذه المجالس ولجانها المختلفة على قلتهن كن فاعلات ومتميزات فى المستوى التعليمي عن الرجال . وعلى صعيد التنظيمات الحزبية يلاحظ من خلال الدراسات القليلة التى أجريت أن نسبة المشاركة النسائية تتراوح ما بين ٣ ، ٤ ٪ سواء فى الحزب الحاكم أو أحزاب المعارضة وتمكين تفسير ذلك فى ضوء المناخ العام الذى لا يشجع على المشاركة السياسية سواء بالنسبة للرجل أو المرأة علاوة على ضعف التنظيمات الحزبية وعجزها عن كسب ثقة الجماهير وغياب الاستقرار التشريعى لنظام الانتخابات خلال الفترة من ١٩٨٣ - ١٩٩٠ .

كما أن ارتفاع نسبة الأمية بين النساء المصريات ورسوخ التقاليد خاصة فى الريف حيث يسود عدم الإيمان أصلاً بأن يكون للمرأة دوراً سياسياً أو دوراً هاماً خارج نطاق الأسرة كل هذه العوامل مضافاً إليها غياب الوعى لدى المرأة بأهمية المشاركة السياسية أدت إلى

ضآلة المشاركة النسائية فى المجالات السياسية والعامة وقد تجسد ذلك فى كافة المواقع العامة مثل النقابات والمنظمات الأهلية غير الحكومية ومشروعات الخدمة العامة حيث تشير الإحصاءات المتاحة إلى ضعف المشاركة النسائية بصورة لافتة للنظر .

من وطأة الأمر ألا وهى القيم والعادات والموروث الثقافى المتعلق بدور ومكانة المرأة فى الآسرة التقليدية هذا إلى جانب أن المرأة الريفيــة تفتقر إلى الوعى بدورها الانتاجى فى الاقتصاد القومى .

هذا ورغم ما تنص عليه المادة ١٤ من الاتفاقية الدولية للمـرأة بضرورة التزام الدول الأطراف بتحسين أوضاع المرأة الريفية ومراعاة الأدوار الهامة التى تؤديها فى تأمين أسباب البقاء اقتصادياً لأسرتهما بما فى ذلك عملها الاقتصادى دون أجر وذلك بالعمل على إزالة الفجوة الحقوقية بينها وبين الرجل فى مجال التعليم والتأمين الاجتماعى والمشاركة فى وضع وتنفيذ الخطط التنمية على جميع المستويات والمساواة فى المعاملة فى مشروعات الاستصلاح الزراعى ومشاريع التطوير الريفيــة والحصول على التسهيلات اللازمة فى التسويق والتكنولوجيا الملائمة والقروض والائتمان . إلا أنه يلاحظ أن المرأة الريفية فى مصر لا تتمتع بأية حماية قانونية فى ظل قوانين العمل السارية ولا بأى حقوق فى التأمنيات الاجتماعية . كما أن حق المرأة الريفية فى الحصول على الأئتمان والقروض وتسـهيلات التسويق والتكنولوجيا والمشاركة فى تنمية وتنفيذ برامج الرعاية الصحية والاجتماعية كل هذه الحقوق لا تزال نظرية حيث يحول دون تطبيقها أو ممارستها مجموعة العوائق التى سبق الإشارة إليها وتتمثل فى ارتفاع نسبة الأمية بين النساء الريفيات وتعدد مسئوليات المرأة الريفية العاملة علاوة على سيطرة التقاليد والقيم الذكورية فى الريف المصرى .

المرأة المصرية والإعلام :

تشير الدراسات التى أجريت عن المرأة والإعلام إلى مجموعة من الحقائق نوجزها على النحو التالى :

١- تتفق وسائل الإعلام المصرى والمقروء والمرئى والمسموع فى التركيز على الأدوار التقليدية للمرأة كزوجة وأم وربة بيت بينما لا تنال الأدوار الأخرى للمرأة فى مواقع الإنتاج والمشاركة الاجتماعيـة والسياسية والثقافية والإبداعية إلا اهتماما هامشياً . كما تركز السينما والدراما التليفزيونية على ثلاثة أدوار تقليدية للمرأة تنحصر فى الزوجة الخاضعة للزوج والحريصة على الاحتفاظ به بأى ثمن والأم المعطاءة والمنحازة للذكور

منهم والأبنة المطيعة لوالديها . فضلاً عن شيوع نموذج المرأة اللاهثة وراء الثروة أيا كانت مصدرها وبائعة المخدرات والراقصة وفتاة الملاهى الليلية فى كثير من الأعمال السينمائية .

٢- تركيز وسائل الإعلام المصرية على قطاعات محدودة من النساء تتمثل فى الشرائح العليا من سكان المدن وتتجاهل فى مقابلها نساء الريف والقطاعات الشعبية من نساء الحضر وقد أظهرت الدراسة الأخيرة التى يضمها هذا الكتاب غياب المرأة الريفية عن وسائل الأعلام المصرية إذ لم تتجاوز نسبة الاهتمام بها فى الصحف والمجلات عن ٢,٣٪ .

كما أن الحالات التى عولجت فيها قضايا المرأة الريفية تم ذلك بصورة بعيدة عن وقعها الحقيقى وفى إطار الجرائم وأزمة الشغالات وكذلك لم يتجاوز نصيب المرأة الريفية من اهتمام برامج الإعلام المرئى والمسموع ٤٥٪ من مجموع المواد التى قدمت خلال حقبتى السبعينات والثمانينيات فى الراديو والتليفزيون .

٣- تولى وسائل الإعلام المصرية أهتماماً مبالغ فيه لبعض المهن النسائية على حساب المهن الأخرى مثل اهتمامها بالفنانات والرياضيات وسيدات الأعمال ونساء السلك الدبلوماسى وأنشطة نساء الحزب الحاكم على حساب المعلمات والطبيبات والمحاميات والموظفات والعالمات والباحثات والفلاحات والعاملات .

٤- تتجاهل وسائل الإعلام المصرية بصورة عامة الموضوعات التى تعكس التطور الذى طرأ على وضعية ومكانة المرأة المصرية من خلال إبراز الإنجازات التى حققتها عبر نصف قرن الأخير فيلاحظ إهمالها لقضية المشاركة النسائية فى الأنشطة السياسية والنقابية والثقافية والإبداعية كما تتجنب الاقتراب من بعض القضايا النسائية الخلاقية مثل قوانين الأحوال الشخصية والأسباب الاجتماعية للجرائم النسائية خصوصاً الانحرافات الأخلاقية التى غالباً ما تحدث لأسباب اقتصادية وضغوط اجتماعية تتعرض لها النساء الطبقات الفقيرة بصفة خاصة .

٥- تتجاهل وسائل الإعلام المصرية الاحتياجات الاتصالية للجماهير النسائية فى الريف والحضر فلا تخصص إلا فى النادر بريد للقارئات أو برامج للمستمعات والمشاهدات . كما لا تحاول تنظيم حملات إعلامية للتوعية الصحية أو البيئية أو السياسية للقطاعات النسائية المحرومة من هذه الخدمات .

٦- تشير الدراسات إلى افتقار الإعلاميات المصريات (الصحفيات والإذاعيات) إلى الثقافة المجتمعية المعاصرة بصفة وما يتعلق بقضية المرأة بصفة خاصة .
فقد أبرزت هذه الدراسات التناقص الواضح بين صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام وبين الصورة المرتسمة فى أذهان الإعلاميات اللاتى يتولين كتابة ونشر وإذاعة المواد الإعلامية التى تتشكل منها صورة المرأة المصرية لسلبياتها وإيجابياتها .

٧- تتحكم الانتماءات الفكرية والثقافية للقيادات الإعلامية فى السياسات الإعلامية فى مجال المرأة . فقد لوحظ أن هذه القيادات لا تملك تصوراً محدداً إزاء قضايا المرأة فضلاً عن تأرجح بين الاتجاهات التقليدية السلفية التى تؤمن بالمؤثرات التاريخية وفكرة النقص الأنثوى وسيطرة النمط الأبوى وبين الاتجاهات المتغربة الوافدة . وقليل منهم يتبنى الاتجاه الاجتماعى المتحرر إزاء قضية المرأة وينعكس هذا الخليط الفكرى فى صورة تناقضات يعانى منها الإعلام النسائى فى مصر .

وفى ضوء هذه الحقائق تبرز مجموعة من الضرورات التى تفرض على القيادات الإعلامية المصرية مراعاة الالتزام بالدور الاجتماعى والثقافى للإعلام فهى تملك إمكانية تغيير الصورة السلبية السائدة عن المرأة فى الوسائل الإعلامية المختلفة وذلك بالعمل على تغيير صورة المرأة عن نفسها وإبراز إسهاماتها الفعلية المتعددة فى مختلف جوانب الحياة المعاصرة هذا ويلاحظ أنه على الرغم من الزيادة الكمية فى عدد النساء العاملات فى حقل الإعلام إلا أن قله منهن قد وصلن إلى مناصب ترقى إلى مستوى اتخاذ القرارات .

كما السياسات الإعلامية الخاصة بالمرأة لم يطرأ عليها أى تغيير إيجابي من خلال هذه القيادات النسائية .

المراجع التى اعتمدت عليها المقدمة

١ - تقرير المؤتمر العالمى الرابع المعنى بالمرأة -الأمم المتحدة - بكين - سبتمبر ١٩٩٥ .

٢ - منى ذو الفقار : المرأة المصرية فى عالم متغير - رسائل النداء الجديد رقم ٦ - القاهرة - يناير ١٩٩٦ .

٣ - محمود عودة : ملامح واقع المرأة المصرية - المؤتمر القومى الثانى للمرأة - القاهرة - أبريل ١٩٩٦ .

٤ - كاملة منصور : المرأة الريفية فى مصر - المؤتمر القومى الثانى للمرأة - القاهرة - أبريل ١٩٩٦ .

٥ - خطة العمل العربية للنهوض بالمرأة حتى عام ٢٠٠٥ - الاجتماع العربى الاقليمى التحصيرى للمؤتمر الرابع للمرأة - بكين ١٩٩٥-عمان - الأردن - نوفمبر ١٩٩٤ .

٦ - عواطف عبدالرحمن : المرأة العربية والإعلام بين الواقع والاستجابة مجلة الدراسات الإعلامية - القاهرة .

٧ - هدى صبحى : ورقة عمل المحور الاقتصادى - المرأة وإدارة اقتصاد الأسرة - مؤتمر - المرأة وإدارة الأسرة - الثقافة الجماهيرية - القاهرة - أبريل ١٩٩٦ .

٨ - عاطف العبد : المرأة الريفية والإعلام - دار المعارف ١٩٨٧ .

٩ - نادية مرسى : عمل المرأة العربية خلال الحقبة النفطية - مجلد فكر - العدد ١٣ - القاهرة - أكتوبر ١٩٨٨ .

١٠ - محمد عوض خميس : المرأة والتقدم للخلف - دراسة نفسية للعادات والتقاليد - العربى للنشر والتوزيع - القاهرة - ١٩٨٧ .

الإطار المنهجى للدراسة

إشكاليات منهجية خاصة بقضية المرأة

تواجهنا بعض الإشكاليات المنهجية عند التصدى لدراسة وفهم الأوضاع الراهنة للمرأة ومحاولة التمييز بين التغيرات الجوهرية وتلك الشكلية التى طرأت على أدوار المرأة وحقوقها ومكانتها فى المجتمعات العربية خلال العقود الأربعة الأخيرة وخصوصاً عندما تقارن بين ما حققته المرأة العربية من إنجازات ملموسة فى المجال التعليمى والثقافة والإنتاج القومى والمشاركة السياسية وبين ما تعانيه فى مجال التشريع وسيادة النظرة التقليدية التى تعوق انطلاقها وتحرمها من تحقيق ذاتها على المستويين الاجتماعى والنسائى . ولعل أبرز هذه الإشكاليات تلك التى تتعلق بالخريطة السوسيوجغرافية للنساء على أى فئات من النساء نركز اهتمامنا فالنساء ينتمين إلى طبقات اجتماعية مختلفة كما ينتمى الرجال كما أن هناك نساء المدن ونساء الريف والبادية وفى العالم العربى تمثل المرأة الفقيرة غالبية نساء البوادى والريف كما يمثل النسبة الأكبر من النساء العربيات فى الحضر والريف معاً . وهذه الشريحة غالبا ما تكون مهملة سواء من جانب النظام التعليمى السائد أو من جانب وسائل الإعلام وأيضا لا تلتقى أدنى رعاية من الساسة والمشرعين عن هامشية وقصور البحث العلمى إزاء هذه الفئات .

ويتمثل هذا القصور من جانب البحث الاجتماعى فى أمرين أساسين أولهما إهمال عنصر الانتماء الاجتماعى عند الحديث عن المرأة العربية والمصرية وثانيهما إغفال دراسة القطاع الأكبر من النساء العربيات من سكان الريف والبوادى ولاسيما النساء الفقيرات مما أسفر عن انتشار التعميمات الخاطئة غير المؤصلة علمياً والتى لا تعكس تفاصيل الواقع النسائى والمشكلات النوعية التى يفرزها هذا الواقع فضلا عن غياب قاعدة المعلومات والدراسات الأولية اللازمة لتأسيس ما يسمى بعلم اجتماع المرأة العربية كفرع أصيل من فوع البحث الاجتماعى .

أما العنصر الثانى فى قضية المنهج فهو يتعلق بأهمية التفرقة والتمييز بين الوجوه العديدة لقضية المرأة فهناك الجوانب الخارجية المعلنه والتى لا تخلو من البريق وتقصير على نشاط وإنجازات نساء الطبقة الوسطى وتختلف عن الوجوه الأخرى المعتمة والتى تمثل البعد الذاتى فى قضية المرأة وينطبق هذا القول بصفة خاصة على وضع المرأة فى مصر والعالم العربى والدور الذى تقوم به وسائل الإعلام فى الترويج للوجه المعلن الذى يطرح بعض

الجزئيات المضيئة من واقع المرأة العربية مسنداً إلى التركيز على نشاطات وإنجازات النخبة النسائية والشرائح العليا من نساء المدن متجاهلاً عن عمدا أو من غفلة سائر الأبعاد التى تتشكل منها الصورة الشاملة للواقع النسائى العربى سواء ما يتعلق بهموم ومشكلات المرأة العاملة المنتجة فى المدن أو الريف أو انتشار الأمية بين الجماهير النسائية في الريف وسيطرة النموذج الأبوى على الاجتماعية والثقافية مع استمرار التشريعات والقوانين الاجتماعية والثقافية التى تشكل عقبة حقيقة أمام المرأة العربية المعاصرة فى الريف والحضر معا . وبكل أسف ينجو البحث الاجتماعى العربى نفس المنحى إلا فى استثناءات قليلة تتمثل فى بعض الدراسات الجادة . وقد تثار هنا قضية التأثير المجتمعى العام على اتجاهات البحوث التى تتناول أوضاع المرأة العربية وأيضا على المعالجات الإعلامية الخاصة بصورة المرأة فمن الواضح أن هناك بعض المحظورات تستمد قدسيتها من العادات والتقاليد ولتفسير السلفى للأديان تحول دون الاقتراب من قضايا محددة مثل قوانين الأحوال الشخصية وسائر تركة الموروثات التاريخية الخاصة بالمرأة وخصوصاً ما يتعلق بسيطرة الفكر الأبوى على نسق القيم والعلاقات الثقافية والاجتماعية .

الدراسات السابقة فى مجال المرأة والإعلام

يمكن تقسيم الدراسات التى تناول قضايا المرأة والإعلام فى العالم العربى إلى أكثر من تقسيم :

فابتداءً وعلى المستوى الجغرافى ، ويمكن التمييز بين الدراسات التى تناولت هذه القضايا على النطاق القومى العام (كل الوطن العربى دون تخصيص) ، وبين الدراسات التى تناولت هذه القضايا على نطاق قطرى (قطرى عربى واحد) .

وعل المستوى الإعلامى يمكن التمييز بين الدراسات على أساس الوسيلة الإعلامية التى تناقش من خلالها قضايا المرأة فى أكثر من وسيلة إعلام ، والدراسات التى تناولت هذه القضايا فى وسيلة إعلام واحدة كالصحافة ، والإذاعة المسموعة ، والإذاعة المرئية .

توزيع الدراسات على أساس جغرافى :

١- دراسات التى تناولت قضايا المرأة والإعلام على مستوى القومى

- دراسة محمد طلال ، " صور المرأة فى الإعلام العربى " ، المنشورة بمجلة الإعلام العربى ، العدد الأول ، يونيو ١٩٨٤ .

وقد سعت الدراسة إلى الإجابة عن السؤال أساسى ومحورى هو : هل يعكس الإعلام العربى المكتوب الصورة الحقيقية للمرأة العربية على صفحاته ، أو هل الصورة التى يرسمها هذا الإعلام للمرأة العربية ، وذلك من خلال تحليل مضمون الصحف والمجلات العربية خلال عام ١٩٨٠ باعتباره منتصف فترة عقد الأمم المتحدة المخصص للمرأة ، وقد شملت العينة التى أخضعها الباحث للتحليل صحف ومجلات : العلم المغربية ، البيان المغربية ، حواء المصرية ، الحسناء اللبنانية ، والمرأة العربية السورية .

وقد خلصت الدراسة إلى القول بأن الإعلام العربى يكرس فى غالبيته أربعة تقسيمات للدول العربية طبقا لحالة المرأة العربية فيها وهى :

(١) مجموعة البلدان المتفتحة بخصوص موقفها من المرأة لتأثرها بتجربة الدولة المستعمرة مثل : المغرب ، والجزائر ، وتونس .

(٢) مجموعة البلدان التى تتعامل مع المرأة بتفتح مشروط يراعى القيم والتقاليد والعادات وما يسمى بالخصوصية الوطنية والقومية مثل : مصر ، والأردن، لبنان وسوريا .

(٣) مجموعة البلدان التى تتعامل مـع المرأة نظريـا بفهم متقدم يتماشى مـع الاختيـار السياسى للسلطة ، إلا أن التقاليد والنظرة المتعصبة الطاغية فى المجتمـع أقـوى مـن الأرضيـة النظرية : العراق ، واليمن .

(٤) مجموعـة البلدان التـى تتعـامل مـع المـرأة بمنطـق تمليـة عليها خاصيـة مجتمعهـا وتركيبته ، ومـا تفرزه مـن تقـاليد تحـاول أن تكفيهـا مـع الدين الإسـلامى مـن خـلال شـروح وتفسيرات معينة ، ومن ثم تبقى مساهمة المرأة فى حركية التنمية تطبع بطابع فصامى، ككيان لا يصرح له أن يتعايش أو أن يختلط مع الرجل .

وأوصت الدراسة باهتمام الإعلام العربى بصفة مركزة بواقـع المـرأة والا عمـل وتعضيد القوانين والقرارات المدعمة لأوضاع المرأة العربية ، والحد مـن التسـرب الإعـلامـى الأجنبـى الموجه إلى المرأة العربية ، والتقليص من هيمنة الإعلام الاستهلاكى الذى يوظف المرأة علـى مرحلتين هما مرحلة الإعلان ومرحلة الاستهلاك .

- دراسة مختار التهامى " المرأة الريفية وبحوث الإعـلام فـى مصـر والوطـن العربـى المنشورة بمجلة الإعلام العربى،العدد الأول،يونيو ١٩٨٤ ، ص ٨٧ -٩١ .

تحاول هذه الدراسة التأكيد على ضآلة الاهتمام الذى يوجهه البـاحثون فـى الإعـلام إلـى القياس المباشر لتأثير أجهزة الإعلام على المرأة الريفية ، وذلك من واقع تركيز البحوث علـى ثلاثة موضوعات هى بحث الصورة الذهنية التى تروجها أجهزة الإعلام عن المرأة الريفية ، وتحليل مضمون المادة الإعلامية الموجهة إلى الريفية خاصـة ، وقياس تـأثر أجهـزة الإعـلام على نظرة الرجل الريفى وسلوكه تجاه المرأة الريفية .

- دراسة عاطف عدلى العبد " دور الإذاعة الصوتيـة فـى تغيير النظـرة التقليديـة فـى المرأة فى القرية : دراسة ميدانية فى قرية مصرية " .

وخلصت الدراسة إلى القول بأن أجهزة الإعلام العربية ما زالـت بعيـدة كـل البعـد عـن المخاطبة الفعالة للمرأة الريفية ، وأن البحوث الإعلامية ما زالت أيضاً على نفس المستوى من البعد .

دراسة فوزية العطية " صورة المرأة فى المجلات النسائية العربية " ، سلسـلة دراسـات المرأة العربية والتنمية ، اللجنة الاقتصادية الاجتماعية لغربى آسيا، ١٩٨٥.

تستهدف الدراسة التعرف على مضمون المجلات النسائية والصورة التى تطرحها المرأة العربية ، من خلال تحليل المضمون ١٩ مجلة عربية تصدر فى ١٣ قطراً عربياً ، والمقارنة بين هذه الصورة وبين الصورة المرسومة لدى محررى هذه المجلات .

وقد خلصت الدراسة إلى العدد من النتائج أهمها :

- تطرح المجلات النسائية العربية صورة المرأة الغربية كنموذج يحتذى للمرأة العربية، وهى بذلك لا ترتبط بالمجتمع العربى إلا باللغة العربية فقط .

- تركز المجلات النسائية العربية على طرح صورة المرأة المرفهة التى لا يشغلها سوى استكمال أناقتها وزينتها ومتابعة أخبار الأزياء .

- تتجاهل المجلات النسائية العربية المشكلات الحقيقة للمرأة العربية ، خاصة نساء الريف و البادية والأحياء الشعبية والمدن الكبرى .

- دراسة نادية حسن سالم "المرأة العربية ووسائل الإعلام" ، المنشورة بمجلة الدراسات الإعلامية ، القاهرة :العدد ٨٥ ، يناير-مارس ١٩٩٠، ص ٥٤-٦١

تركز هذه الدراسة اهتمامها فى استعراض الدراسات السابقة التى تعرضت لكيفية تناول وسائل الإعلام العربية للمرأة ، وقد قسمت هذه الدراسات تبعاً للوسيلة الإعلامية إلى : المرأة والصحافة ، والمرأة العربية والراديو ، والمرأة العربية والتليفزيون ، والمرأة العربية والإنتاج الثقافى العربى ، والمرأة العربية والسينما .

وعلى مستوى الصحافة المطبوعة عرضت الدراسة نتائج دراسة د . عواطف عبدالرحمن عن صورة المرأة فى الصحافة المصرية ، ودراستها عن المرأة الخليجية فى الصحافة ، ودراسة نواف عدوان حول دور المرأة فى وسائل الإعلام العربية . وعلى مستوى الراديو تناولت الدراسة بالشرح نتائج دراسة فوزية فهيم على مسلسلات البرنامج العام وصوت العرب فى الإذاعة المصرية ، ودراسة سلوى عبدالباقى عن المرأة فى البرامج الإذاعية فى إذاعتى البرنامج العام والشرق الأوسط، ودراسة ثالثة على البرامج الموجهة إلى المرأة فى راديو العراق .

وعلى مستوى التليفزيون عرضت الدراسة نتائج دراسة فوزية فهيم التى تناولت مسلسلات القناة الأولى بالتليفزيون المصرى ، ودراسة سهى زكى عبدالقادر على عينة من

البرامج التليفزيونية الموجهة إلى المرأة ، ودراسة نبيل محمد عن الدراما التليفزيونية ، ودراسة سوسن عبدالملك عن صورة المرأة فى الإعلانات التليفزيونية . أما على مستوى الإنتاج الثقافى العربى فقد أشارت الدراسة إلى الدراسة التحليلية التى قامت بها د . سامية حافظ لمحتوى بعض النماذج الأدبية الروائية لبعض الكاتبات المصريات ، ودراسة لطيفة الزيات عن المرأة فى الأدب القصصى ، وفيما يتعلق بالسينما فقد أبرزت نتائج دراسة د . منى سعيد الجديدى عن صورة المرأة المصرية فى الفيلم المصرى ، ودراسة صفية مجدى التى حللت فيها صورة المرأة فى مضمون عينة من الأفلام السينمائية فى الفترة من ١٩٧٢ إلى ١٩٨٣ .

ومن هذا الاستعراض النظرى النتائج الدراسات التى تناولت قضايا المرأة فى وسائل الإعلام ، خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج المشابهة لنتائج الدراسات السابقة، مثل تركيز الإعلام على إبراز دور المرأة كزوجة وأم وربة بيت ، وإهمال المرأة الريفية والمرأة العاملة والكادحة ، وعدم الاهتمام بمشاكل الغالبية من النساء العربيات خاصة فى المناطق الشعبية . وأوصت الدراسة بوضع سياسة إعلامية جديدة تسعى إلى تغيير الصور والأنماط التقليدية للمرأة فى كافة المجالات الإعلامية من صحافة وإذاعة وتليفزيون وسينما ، وطرح نماذج بديلة لصورة المرأة تؤكد على الجانب الإنتاجي لعمل المرأة وتبتعد عن الجانب الاستهلاكى .

– دراسة عواطف محمد عبدالرحمن " المرأة العربية والإعلام : بين الواقع والاستجابة " ، المنشورة بمجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة : العدد ٧٥ ، أبريل – يونية ١٩٩٤ ، ص ٤٩ – ١١١) .

وقد خلصت الدراسة إلى العدد من النتائج أهمها :

– أن مضمون وسائل الأعلام العربية الموجه إلى المرأة يدور أغلبه حول الأمور والاهتمامات التقليدية للمرأة وهى الطهى والأزياء والموضة والتجميل وتربية الأطفال والعلاقات الأسرية .

– أن مضمون هذه الوسائل يهمل فى كثير من الأحيان تغطية أوضاع المرأة العربية وقضاياها الحقيقية ، حيث يتضاءل الاهتمام بتطور المرأة العربية العملى والاجتماعى وإدماجها فى عملية التنمية الشاملة .

– أن معالجة وسائل الإعلام العربية لقضايا المرأة ذات الطابع الأجتماعى تتسم فى الأغلب الأعم بالسطحية ولا تهتم بالأسباب المجتمعية لهذه القضايا .

– إهمال وسائل الإعلام العربية لقضايا المساواة و تنظيم الأسرة والتشريعات الخاصة بالمرأة والمشاركة السياسية .

وفيما يتعلق بالقيم التى تظهر فى السياسيات الإعلامية العربية ، فقد أوضحت الدراسة أن قيمة عمل المرأة لم تظهر فى وسائل الإعلام العربية بالقدر اللازم والمطلوب ، كما أن قيمة المساواة لم تعرضها وسائل الإعلام بشكل عادل إذ صورت المرأة فى صورة أدنى من الرجل وتابعة له وأنها مخلوق ناقص وأن الرجل ينبغى أن يكون وصياً عليها . وتركز وسائل الإعلام العربية فى هذا الإطار على القيم الاستهلاكية وليس الإنتاجية .

وانطلاقاً من هذا الواقع حددت الدراسة الجوانب والأبعاد التى يتعين على وسائل الاتصال الجماهيرية الاهتمام بها فى معالجتها لقضايا المرأة ، وتتضمن : تشجيع عمل المرأة العربية ، وبالتأكيد على ضرورة تعليمها ومحو أميتها ، وتأكيد دورها فى الإنتاج ونشر الوعى الاقتصادى والاجتماعى لديها ، بالإضافة التى تشجعها على الإبداع والمشاركة فى الحياة العامة ، وتنمية المرأة الريفية والبدوية .

وانتهيت الدراسة إلى تقديم تصور مقترح لنا ينبغى أن تتضمنه السياسات الإعلامية العربية فى توجهها إلى المرأة من مبادئ وأسس ، مثل تغيير الصورة النمطية للمرأة وتقديم صورة بديلة تؤكد الجوانب الإيجابية والإنتاجية فى عمل المرأة، والتأكيد على الهوية العربية للمرأة ، والعمل على خلق الوعى لدى بواقعها ، وخاطبة احتياجاتها الفعلية ومشكلاتها الحقيقية وتغيير النظرة العامة لدورها وترسيخ المساواة وإدماجها وتعظيم وتعظيم مشاركتها فى عملية التنمية .

٢-الدراسات التى تناولت قضايا المرأة والإعلام على المستوى القطرى :

– دراسة منى محمد سعيد الحديدى " دراسة تحليلية لصورة المرأة المصرية فى الفيلم المصرى والآثار الإعلامية والإجتماعية المترتبة على ذلك " ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، ١٩٩٧ .

وقد استهدفت الدراسة التعرف على صورة المرأة المصرية فى الفيلم المصرى ، من خلال تحليل كل الأفلام الروائية المصرية التى أنتجت وعرضت فى الفترة من ١٩٦٢ حتى نهاية عام ١٩٧٢ ، وعددها ٤١٠ فليما .

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الكمية نوجزها فيما يلى :

– قدمت الأفلام حوالى ٤٦٠ شخصية نسائية رئيسية ، وظهرت البطلة بدون مهنة محددة أو دور اجتماعى فى ١٠٨ شخصية ٢٣,٤ ٪ من الشخصيات النسائية الرئيسية .

– ظهرت البطالة كربة بيت بنسبة ٢٢ ٪ ، وكزوجة بنسبة ٦,٧ ٪ ، وأرملة بنسبة ١٧,٧٪ ومطلقة بنسبة ٣,٩٪ وزوجة أب بنسبة٤,٩ ، وعانس بنسبة ٢,٩٪ .

– ظهرت المرأة العاملة فى ٢٠,٥٪ من الشخصيات موزعة على مجالات عمل هى بترتيب نسب ظهورها : مدرسة ، ممرضة ، صحفية ، سكريترة ، بائعة فى محل ، شغالة ، مشرفة اجتماعية ، مرشدة سياحية ، طبيبة ، مضيفة ، طيران ، عاملة فى مقهى أو مطعم ، مهندسة ، محامية ، مذيعة تليفزيون ، عاملة بفندق .

– خصت الفتاة غير المتزوجة بنسبة ٧٩٪ من أدوار البطولة التى لعبتها المرأة العاملة مقابل ٢١٪ للمرأة العاملة المتزوجة ،وظهرت الطالبة بنسبة ١٠,٥٪.

– تعرضت السينما المصرية خلال فترة الدراسة لحوالى ٤٢٩ قضية من قضايا من قضايا المصرية منها قضايا الزواج والمشكلات المرتبة عليه ١٩,١٪ ، وحقوق المرأة ١٤,٧٪ ، وقدمت ٤٦٪ من الأفلام حولاً لما طرحته من قضايا ومشكلات .

– دراسة عاطف عدلى العبد " دور الإذاعة فى تغيير النظرة التقليدية إلى المرأة فى القرية : دراسة ميدانية فى قرية مصرية " ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

وقد استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة الاتصال الإذاعى المسموع فى القرية وآثاره فى تغيير النظرة التقليدية إلى المرأة ، وذلك من خلال صحيفة استبيان بالمقابلة مع عينة طبقية عشوائية منتظمة قوامها ١٢٥ مبحوثاً من الذكور بإحدى قرى محافظة قنا .

وقد خلصت الدراسة إلى تأكيد وجود علاقة إيجابية بين الاستماع إلى الراديو والموافقة على تعليم البنت ، والموافقة على توظيفها ، وعلى اختيار شريك حياتها وممارسة هذا الحق . كما أكدت وجود علاقة إيجابية بين الاستماع إلى الراديو وبين الموافقة على حق المرأة فى الانتحاب ، وان لم يثبت وجود علاقة بين الاستماع وبين ممارسة هذا الحق . اثبتت الدراسة أيضا وجودعلاقة إيجابية بين الاستماع وبين الموافقة على حق المرأة فى الترشيح للانتخابات، وعدم وجودعلاقة بين إيجابية بين الإستماع وبين تغيير بعض مظاهر تفضيل الذكورعلى الإناث .

- دراسة المركز القومي للبحوث الإجتماعية والجنائية (مصر) ، " صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام المصرية : دراسة فى تحليل مضمون الصحافة النسائية ، القاهرة : ١٩٨٣ .

وقد جاءت هذه الدراسة فى إطار سلسلة التقارير العلمية التى نشرها المركز القومى للبحوث الإجتماعية فى إطار البحث العام لـه الذى حمل عنوان " تغير الوضع الإجتماعى للمرأة فى مصر المعاصرة " واشرف عليه الأستاذ الدكتور مصطفى سويف. ويتضمن التقرير نتائج الدراسة فى تحليل مضمون ٨٥ مادة صحفية فى مجلة حواء فى الفترة من ٣ يوليو ١٩٧٦ حتى ٢٥ يونية ١٩٧٧ .

وقد إستهدفت الدراسة إستخلاص صورة المرأة كما تقدمها الصحافة النسائية فى المادة القصصية التى تقدمها لقرائها . وأجريت الدراسة على مجلة حواء بإعتبار المجلة الرئيسية فى هذا المجال .

واحتواء التقرير على خمسة فصول :

تناول الأول : السلوكيات التى تعكسها المادة الصحفية فى مجلة حواء مثل السلبية والإيجابية ، والعاطفية فى مقابل الغيرية، ومطالب العمل فى مقابل مطالب الأسرة ، والتسامح والتضحية فى مقابل السعى إلى الانتقام ، والعصرية فى مقابل التقليدية .

بينما تناول الفصل الثانى : أشكال السلوك من خلال مفهوم الأدوار الإجتماعية ، وهى : الزوجة ، والأم ، والابنه ، والصديقة .

أما الفصل الثالث : فقد تناول القضايا المركزية التى عالجتها المادة الصحفية فى المجلة والتى تشغل عالم المرأة ، وهى :

قضايا الزواج ، والحب ، والجانب الإقتصادى فى الحب والزواج ، والخيانة الزوجية ، وأسلوب التعامل بين الزوجين ، والعمل ، والحياة العاطفية والزوجية للأبناء ، ورعاية الآباء وحبهم ، ورعاية الأسرة .

ويفرد الفصل الرابع : للقضايا الهامشية التى تشغل عالم المرأة كما تقدمها المادة القصصية فى المجلة ، مثل الغيرة والحرمان من الحب ، وإفتقاد السعادة مع الزوج، والشعور بالفراغ والملل ، وصورة كل من الزوجين لدى الآخر .

وفى الفصل الخامس : والأخيرة يتناول التقرير القيم لدى المرأة فى المادة القصصية فى

مجلة حواء ، وهى : الحياة الزوجية ، والحياة العاطفية، والحياة الأسرية ، والأمومة ، والعمل، والإنجاب ، والاستقرار المادى ، والصداقة ، والجمال .

– دراسة د. سلوى محمد عبدالباقى " صورة المرأة من خلال تحليل مضمون برنامج " ربات البيوت " ، وبرنامج " للنساء فقط " خلال عام ١٩٧٨ .

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

– يظهر برنامج " إلى ربات البيوت " مفهوم الذات السلبية للمرأة من خلال تصوير المرأة لنفسها فى حلقات " خالتى بمبه " و " عائلة مرزوق " بأنها غير قادره على التخطيط أو إتخاذ القرار ، ومترددة غير دقيقة وضيقة الأفق ، فى نفس الوقت يظهر البرنامج القدرات الإيجابية للمرأة فى حلقات " حديث صفية المهندس " .

– تظهر برامج المرأة ، المرأة فى أطر تقليدية بالتركيز على الأدوار التقليدية للمرأة كأنثى وزوجه وأم .

– تنوعت العلاقة بين الرجل والمرأة فى البرنامجين بين الندية والمساواة ، والسيطرة والخضوع ، والتحرر .

– تعددت نوعية المشكلات التى عالجتها برامج المرأة وكانت بترتيب تكرار ورودها : مشكلة إختيار شريك الحياة والزواج ، والغيرة ، والخوف من فقدان الرجل ، ومشاكل الأمومة. ومشكلات الأطفال .

– دراسة فوزية فهى " الإعلام والمرأة " ، القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٨٦ .

وقد تضمن هذا الكتاب دراسة تحليلية تهدف إلى التعرف على صورة المرأة فى المواد الإذاعية والتليفزيونية ومدى مطابقتها للواقع الفعلى للمرأة المصرية ، وذلك من خلال تحليل عينة من الأفلام السينمائية والمسلسلات الدرامية التى عرضت على شاشة القناة الأولى بالتليفزيون المصرى فى الفترة من ١٩ يناير إلى ١ فبراير ١٩٨٠ ، وعينة مماثلة من المسلسلات الإذاعية التى أذيعت فى إذاعتى البرنامج العام وصوت العرب فى الفترة من ٢ – ٩ فبراير من نفس العام .

وقد أسفر تحليل مضمون المواد الإذاعية والتليفزيونية السابقة عن نتائج التالية :

- تفوق نسبة ظهور الرجل نسبة ظهور المرأة فى الأعمال الدرامية الإذاعية والتليفزيونية ، إذ بلغ متوسط ظهور الرجل ٨٥٪ مقابل ٦٢٪ للمرأة .

- كانت الأدوار التى ظهرت فيها المرأة فى أغلبها أدوار ثانوية وبعضها لم يكن لائقاً ، كأدوار راقصات وخدم ومطربات .

- ركزت معظم المادة الدرامية على قضايا هامشية مثل الحب بين الرجل والمرأة ، وصورت المرأة أنها مخلوق عاطفى لاعقلانى لايستطيع الحياة بدون الرجل.

- تظهر المرأة فى غالبية الأفلام والمسلسلات فى صورة تتنافى مع واقع المرأة المصرية ، حيث يتم التركيز على أدوار الراقصة ، وبائعة الهوى ، وتاجرة المخدرات .

- دراسة د . عواطف عبدالرحمن " صورة المرأة فى الصحف والمجلات العربية . دراسة حالة : مصر " ، والتى صدرت عن اللجنة الإقتصادية لغربى آسيا، ضمن سلسلة دراسات المرأة والتنمية ، ١٩٨٨ .

وقد إستهدفت هذه الدراسة إستخلاص معالم الصورة المرسومة للمرأة المصرية من خلال تحليل مضمون المواد الإعلامية المنشورة فى الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية (الأهرام ، أخبار اليوم ، المصور ، آخر ساعة ، حواء) خلال عقد السبعينات ، ومن خلال تحليل نتائج الإستبيان الذى أجرى مع الصحفيات والكاتبات المتخصصات فى شؤون المرأة .

وقد خلصت الدراسة إلى أن الصحافة المصرية تركز على الأدوار التلقيدية للمرأة ، مثل الأزياء والمكياج على حساب الأدوار الأخرى كالمشاركة فى الإنتاج وفى بناء الأسرة أو فى إتخاذ القرار السايسى ، كما تركزعلى المرأة فى سن معينة (الناضجات والشابات) وتهمل الفتيات فى سن المراهقة والطفولة . كما أنها - أى الصحافة - لا تحاول - عن عمد - الإقتراب من مشاكل وهموم الغالبية العظمى من نساء مصر فى الريف أو فى الأحياء الشعبية. وأظهرت الدراسة التحيز الإجتماعى من جانب الصحافة المصرية لنساء المدن على حساب نساء الريف ، ولصورة المرأة كأنثى جميلة على حساب الصور الأخرى للمرأة كمنتجة ومشاركة فى التنمية وفى صنع القرار السياسى وكعاملة وأدبية وفنانة وكإنسانة تتساوى مع الرجل فى الحقوق والمسئوليات . كما أكدت الدراسة وجود تناقض بين صورة المرأة كما تقدمها الصحافة المصرية وبين الصورة المرتسمة فى أذهان المحررات والكاتبات اللاتى يتولين كتابة ونشر المادة الإعلامية التى تتشكل منها صورة المرأة بسلبياتها وإيجابياتها .

- دراسة سامية سليمان رزق " صورة المرأة كما تقدمها برامج المرأة فى الإذاعة الصوتية " ، القاهرة : مكتبة الأنجلو ، ١٩٨٨ .

إستهدفت هذه الدراسة التعرف على صورة المرأة واستخلاء أبعاد هذه أبعاد هذه الصورة كما تقدمها برامج المرأة فى الإذاعة الصوتية فى مصر ومدى تطابقها مع الواقع الحقيقى للمرأة المصرية المعاصرة ، وذلك خلال تحليل مضمون جميع برامج المرأة التى أذيعت خلال شهر يناير ١٩٨٧ فى إذاعات : " البرنامج " ، و"الشرق" ، و " الشعب " .

وقد إنتهيت الدراسة إلى تأكيد نتائج الدراسات المشابهة ، حيث أكدت غلبة الصورة السلبية المقدمة للمرأة فى برامج المرأة مثل العجز عن التفكير السليم والحاجة إلى عون وسند خارجى والتردد والجهل بحقائق الأمور والثرثرة وعدم الوفاء ، على الجوانب الإيجابية مثل الإستقلال الشخصى والقدرة على إتخاذ القرار والقدرة على مواجهة المشكلات والتضحية والإيثار والتعاون مع الآخرين . كما أكدت الدراسة حرص المادة الإعلامية الموجهة إلى المرأة على مخاطبة الأدوار التلقيدية للمرأة كأم وزوجة فى المقام الأول ، وإن الصورة التى تقدمها الإذاعة الصوتية للمرأة المصرية لا زالت تعانى من الإزدواجية بين الإتجاه التقليدى والإتجاه العصرى ، وتعكس بذلك الوضع الحقيقى الذى تعيشه المرأة المصرية فى الوقت الحاضر .

- دراسة عصام الدين أحمد فرج " صورة المرأة المصرية فى إعلانات التليفزيون دراسة تحليلية لإعلانات التليفزيون المصرى خلال عام ١٩٨٥" ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ١٩٨٩ .

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الكمية نوجزها فيما يلى :

- إستخدمت نسبة ٨٤٪ من الإعلانات التليفزيونية المرأة فى الإعلان عن سلع وخدمات مختلفة .

- إرتبط ظهور المرأة فى الإعلان بالبيئات الحضرية، وفى وظائف تقليدية وكمستهلكة.

- إرتبط ظهور المرأة فى المنزل بظهورها بمفردها لتعزيز مكانتها كأم وربة منزل .

- إستهدفت ٣١٪ من الإعلانات التوجه إلى المرأة .

- بلغت نسبة الإعلانات التى إستخدمت شخصيات نسائية أجنبية ٥٢٪ .

- كانت أكثر السمات لشخصية المرأة فى الإعلان هى : صغيرة السن .

- ظهرت المرأة فى الإعلان التليفزيونى كأم وربة بيت أكثر من ظهور الرجل كأب .

- ظهرت المرأة كطالبة بنسبة ٩،١وسيدة أعمال بنسبة ٤٩,٥ ٪ وربة بيت ٤٨,٦ ٪ .

- إرتبط ظهور المرأة كربة بيت بالإعلان عن سلع ذات إستخدام منزلى ، بينما ظهرت كعاملة فى الإعلان عن سلع وخدمات ذات استخدام خارج المنزل .

- دراسة عاطف عدلى العبد " دراسة تحليلية لنماذج توظيف المرأة فى الإذاعة والتليفزيون " ، المنشورة بمجلة دراسات فى الإعلام والرأى العام ، القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، العدد الثانى ، ١٩٩٠ .

إستهدفت هذه الدراسة التعرف على عدد ونسب توظيف المرأة فى اتحاد الإذاعة والتليفزيون فى مصر مع تحليل أنماط عمالة المرأة فى الاتحاد وبعض القطاعات المتصلة بالتخطيط والإنتاج الإذاعى والتلفزيونى للمرأة ، وتأثير ذلك على صورة المرأة وقضاياها فى الإذاعة والتليفزيون .

وقد رصدت الدراسة بعض الدلالات الكمية مثل :

- زيادة نسبة العاملات فى اتحاد الإذاعة والتليفزيون من ٢٧٪ عام ١٩٨٠ إلى ٣٢٪ عام ١٩٨٧ .

- تتوزع النساء على رئاسة الإتحاد (٨٥٪) ، والأمانة العامة (٥٢٪) ، وقطاع التليفزيون (٤٦٪) ، وقطاع الشئون المالية والإدارية (٣٧٪) ، ومجلة الإذاعة والتليفزيون (١٤٪) ، والهندسة الزراعية (١٤٪) .

- تشكل المرأة نسبة ٣٣٪ من العمالة الدائمة فى الاتحاد ، ونسبة ٣٦٪ من العمالة المؤقتة ، و٢٦٪ من العمالة المنتدبة .

- تصل نسبة العاملات بالإتحاد من الحاصلات على مؤهل جامعى ٤٦٪ من العدد الكلى فى مقابل ٢٦٪ فقط إجمالى عدد الذكور .

- دراسة إبراهيم محمد الخطابى " إشكالية المرأة المغربية فى الإعلام " والمنشورة بمجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة : العدد ٦٨ " يوليو-سبتمبر ١٩٩٢"، ص ٦٥ - ٦٨ .

وتركز هذه الدراسة ذات الطابع النظرى على تأكيد أهمية مساهمة المرأة العربية عموماً والمغربية على وجه التحديد فى تقدم الإعلام بجانب الرجل . مَن هذا المنطلق حاول الباحث إيضاح مساهماتِ المرأة المغربية فى المجال الإعلامى منذ ظهور الصحافة على أرض المغرب ، وخلص إلى القول بأن المرأة المغربية قد سجلت بصماتها فى الصحف المغربية الأولى بالكتابات الأدبية والثقافية والتربوية وناضلت وقاومت سياسياً وإجتماعياً من أجل وحدة المغرب ومن أجل حريته وإستقلاله وتحريره من قبضة المستعمر . كما خلص إلى أن المقالة النسوية كانت المادة الإعلامية الأساسية التى أولت الإهتمام الكبير لإشكالية المرأة وعالجتها فى مختلف صورها ، وأن المرأة المغربية تمكنت من تبليغ إشكاليتها وطرح الحلول المناسبة لها عن طريق المقالة الصحفية .

وقد تتبع البحث بعبارات عامة تفتقد التحديد والمعلومات ، تطور مشاركة المرأة فى الإعلام المغربى ، فأشار إلى أن حقبة الستينات وحقبة السبعينات شهدتا إقتحام المرأة المغربية حل وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية والبصرية .

المشكلة البحثية

فى ضوء ما تشير إليه نتائج مسح التراث العلمى فى مجال بحوث المرأة والإعلام تتضح أمامنا الحقائق التالية :

١- هناك إهمال للقضايا والموضوعات التى تهم قطاعات عريضة من النساء المصريات فى الريف والحضر وعلى الأخص الأحياء الشعبية والمناطق العشوائية مثل قوانين الأحوال الشخصية – حقوق المسنات والمعوقات واليتيمات والعاملات فى الزراعة .. الخ .

٢- تبدى وسائل الإعلام المصرية اهتماماً محدوداً بقضية محو الأمية لدى النساء المصريات رغم ارتفاع معدلاتها بصورة ملحوظة خصوصاً فى الريف .

٣- تتجاهل وسائل الإعلام الموضوعات التى تعكس التطور الذى طرأ على وضعية ومكانة المرأة من خلال الإنجازات التى حققتها عبر نصف القرن الأخير فى التعليم والعمل والمشاركة الثقافية والسياسية والإبداع .

٤- تركز وسائل الإعلام على الاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية (الأزياء – والشئون المنزلية والعلاقات الزوجية وتربية الأبناء) وتهمل المشكلات الحقيقية التى تواجه المرأة المصرية فى مجالات التعليم والعمل ومشاركة المرأة فى الإنتاج والتنمية والنشاط السياسى والثقافى .

٥- تركز وسال الإعلام على اهتمامات ومشكلات الشرائح العليا من نساء العواصم وعلى قطاعات عمريه معينة كما تبالغ فى ترويج الصورة النمطية التقليدية للمرأة كأنثى على حساب الأدوار الأخرى للمرأة كإنسانة ومواطنة ترتبط بمشكلات مجتمعها وتسهم فى تنميته .

٦- تتجاهل وسائل الإعلام المصرية الاحتياجات الاتصالية للجمهور النسائى فى الريف والحضر .

كما تشير الدراسات السابقة فى مجال المرأة والإعلام إلى تركيز هذه الدراسات على دراسة الصورة الإعلامية للمرأة وتجاهل سائر أطراف العملية الاتصالية التى تتمثل فى دراسة منتج المادة الإعلامية والجمهور النسائى الذى يتلقى هذه المادة ويتفاعل معها سلباً وإيجاباً .

ولذلك فى ضوء ما تقدم تبرز الحاجة إلى ضرورة استكمال أوجه القصور التى تعانى منها بحوث المرأة والإعلام والتى تكمن فى بعدين رئيسيين .

يتمثل البعد الأول فى دراسة المنظور الفكرى والثقافى والأداء الإعلامى للقائمات بالاتصال فى مجال إعلام المرأة .

أما البعد الثانى فهو يتمثل فى ضرورة ايلاء مزيد من الاهتمام العلمى لدراسة الجمهور النسائى فى الريف والحضر بهدف التعرف على خصائصه وسماته وعلاقته بوسائل الإعلام سعياً لتحديد احتياجاته الاتصالية الفعلية وكيفية إشباعها هذا مع عدم إغفال التعمق فى دراسة المعالجات الإعلامية لقضايا وأدوار المرأة المصرية .

وفى إطار هذا العرض تتحدد الأبعاد الأساسية للمشكلة البحثية لهذه الدراسة على النحو التالى :

١ - البعد الموضوعى

ويتناول بالرصد والتحليل تحديد ملامح الإعلانية للمرأة المصرية فى الريف والحضر والكشف عن اتجاهات القائمات بالاتصال إزاء قضايا المرأة ثم التعرف على الجمهور النسائى فى الريف والحضر وتحديد علاقته بوسائل الإعلام فى ضوء مقارنة احتياجاته الفعلية بما تطرحه هذه الوسائل من صور وأدوار وقيم عن المرأة المصرية .

٢ - البعد الايكولوجى (المجتمعى)

ويتضمن عينات من الفئات النسائية والمصرية بكافة شرائحها الاجتماعية ومستوياتها العمريه وتوزيعها الجغرافية (ريف وحضر) وأنشطتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وذلك فى إطار مقارن يبرز أوجه التفاوت والتباين الأفقى والرأسى مع العمل على استطلاع وتقصى أسباب هذا التفاوت وتفسيرها .

٣- البعد الزمنى

ويركز على دراسة علاقة التفاعل (التأثير والتأثر) بين وسائل الإعلام والمرأة المصرية وتأثير هذه العلاقة على قضايا التنمية فى المجتمع المصرى المعاصر خلال حقبة التسعينات .

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين وسائل الإعلام والمرأة المصرية فى الريف والحضر بهدف التعرف على الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام فى تنمية المرأة المصرية وتطوير وعيها بحقوقها ومسئوليتها المجتمعية بما يكفل تصحيح صورتها الإعلامية وتلبية احتياجاتها الاتصالية وضمان مشاركتها فى تنمية ذاتها والنهوض بمجتمعها ويندرج تحت هذا الهدف المحورى للدراسة عدة أهداف فرعية تشمل كل من الجزء الإعلامى والميدانى .

أهداف الدراسة الإعلامية

تسعى الدراسة الإعلامية إلى استطلاع وتحديد الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام المطبوع والمرئى والمسموع (الصحف - الراديو - والتليفزيون) فى مصر فى إدماج المرأة المصرية فى الريف والحضر فى مشروعات التنمية .

وتحقيقاً لذلك يسعى البحث إلى الإجابة عن التساؤلات التالية :-

١- ما هى صورة المرأة المصرية (فى الريف والحضر) التى تطرحها وسائل الإعلام المطبوع والمرئى والمسموع .

٢- إلى أى مدى استطاعت وسائل الإعلام المصرية أن ترصد واقع المرأة المصرية (فى الريف والحضر) بإيجابياته وسلبياته .

٣- ما هى صورة المرأة الريفية كما طرحتها وسائل الإعلام المصرية وما تأثير ذلك على إدماجها فى عملية التنمية ؟

٤- ما هى قائمة الأولويات التى تركز عليها القائمات بالاتصال فى مجال إعلام المرأة؟

٥- ما هى أوجه التشابه والاختلاف بين صورة المرأة كما قدمتها وسائل الإعلام وكما يراها القائمون بالاتصال ؟

٦- ما هى اتجاهات القائمات بالاتصال إزاء المرأة الريفية ومدى تأثير ذلك على معالجتهم لقضايا المرأة الريفية والتنمية ؟

٧- ما هى المتغيرات المؤثرة على الأوضاع الراهنة لتنمية المرأة المصرية فى الريف والحضر وموقع وسائل الإعلام بين هذه المتغيرات ؟

الدراسة الميدانية

تسعى الدراسة الميدانية إلى تحقيق الأهداف التالية :-

١- وصف وتشخيص بنية الاتصال بالقرية المصرية . وتحديد مكونات هذه البنية والتغيرات التى طرأت عليها والكشف عن العوامل الفاعلة فى هذا المجال .

٢- الكشف عن فاعلية أساليب الاتصال المختلفة بالريف والحضر وتحديد مراكز وأدوار كل منها على ضوء معالجتها لقضايا المرأة .

٣- الوقوف على تغلغل وسائل الإعلام الجماهيرى وعلاقة هذه الوسائل بأنماط الاتصال الأخرى القائمة بالريف والحضر وأسلوب تعامل النساء مع هذه الوسائل ورؤيتهم لها .

٤- قياس درجة اعتماد النساء فى الريف على أنماط الاتصال المختلفة وقدرة كل نمط على تزويدهم بالمعارف والمعلومات المختلفة .

٥- تحديد الاحتياجات الإعلامية للمرأة الريفية على ضوء ما تشهده بنية القرية من تغيرات .

٦- المقارنة بين الاحتياجات الإعلامية للمرأة فى كل الريف والحضر .

تساؤلات الدراسة الميدانية

وعلى ضوء هذه الأهداف تثار مجموعة من التساؤلات يسعى الباحث الميدانى إلى توفير إجابات محددة عليها ، ويمكن بلورة هذه التساؤلات فيما يلى :

س١- ما هى مكونات بنية الاتصال القائمة حالياً بالقرية المصرية ، وما مدى تأثير هذه البنية فى ضوء التغيرات التى طرأت مؤخراً على القرية المصرية وما نوع العلاقة بين المرأة المصرية فى الريف والحضر ووسائل الإعلام وينبثق من هذا التساؤل الرئيسى ، مجموعة التساؤلات التالية :

أ- ما هى أشكال وأساليب الاتصال المختلفة التى تتعامل معها المرأة المصرية فى الريف والحضر ؟

ب- ما حجم تواجد وسائل الإعلام المختلفة بالقرية ؟

ج- كيف يتم تناقل المعلومات بين المستويات الاجتماعية المختلفة ؟

د- ما هى موضوعات الاهتمام وأساليب التخاطب والتفاعل بين الفئات الاجتماعية فى الريف والحضر ؟

س٢- ما هى درجة اعتماد النساء فى الريف والحضر على أساليب الاتصال المختلفة فى تزويدهم بالمعارف والمعلومات . وماهى رؤيتهم لكل وسيلة إعلامية ودورها فى حياتهم ؟

س٣- إلى أى حد يلبى نظام الاتصال الحالى بالقرية المصرية الاحتياجات الإعلامية للمرأة ؟ وما هى أوجه القوة أو جوانب القصور فى هذا النظام ؟

المداخل البحثية المستخدمة

ينتمى هذا البحث إلى نوعية البحوث الإمبريقية ويستخدم لتحقيق أهدافه عدة مداخل بحثية هى :

١- المدخل الوصفى : ويركز على جمع الحقائق والبيانات الخاصة بكل من معالجة وسائل الإعلام الجماهيرى لقضايا المرأة والتنمية وعلاقة الجماهير النسائية فى الريف والحضر بوسائل الإعلام وتصنيف هذه الحقائق والبيانات وتحليلها للتوصل لبعض الحقائق النسبية حولها وتفسير النتائج لاستخلاص دلالاتها .

٢- المسح الإعلامى : حيث استخدم على عدة مستويات :

أ- مسح للمواد الإعلامية المنشورة والمذاعة عن المرأة فى الإعلام المطبوع والمرئى والمسموع .

ب- مسح لعينة القائمات بالاتصال فى وسائل الإعلام المختلفة (المقروء والمرئى والمسموع) .

ج- مسح لعينة من جمهور النساء فى الريف والحضر .

٣- دراسة الحالة : تم استخدامها بهدف تكثيف ودراسة السلوك الاجتماعى للمرأة تجاه وسائل الإعلام فى الريف والحضر والكشف عن السمات المميزة لبعض الرموز النسائية .

٤- المدخل المقارن : وقد استخدم لإجراء المقارنات بين معالجات وسائل الإعلام لصورة المرأة وقضاياها فى الريف والحضر وقد شملت الصحف والإذاعة والتليفزيون ، كذلك استخدم فى إجراء المقارنات بين ما يطرحه القائمون بالاتصال فى مجال الإعلام الخاص بالمرأة وبين ما ينشر أو يذاع بالفعل من خلال الصحف أو الخدمات الإذاعية المصرية وبين الواقع الفعلى لها وبين صورة المرأة كما طرحتها هذه الوسائل والصورة كما يراها القائمون بالاتصال ومقارنة ذلك بالاحتياجات الاتصالية لعينة من نساء مصر فى الريف والحضر .

أساليب وأدوات الدراسة :

استعان فريق البحث بمجموعة من الأساليب والأدوات البحثية لتحقيق الأهداف الرئيسية للدراسة بقسميها الإعلامى والميدانى . وقد تراوحت هذه الأساليب والأدوات ما بين :

١- أسلوب تحليل المضمون بشقيه الكمى والكيفى فى معالجة المواد الإعلامية المقدمة عن المرأة فى وسائل الإعلام المطبوع والمرئى والمسموع .

٢- أسلوب الملاحظة بالمشاركة فى جمع ومعالجة المعلومات الخاصة بكل من القائمات بالاتصال فى مجال إعلام المرأة والجمهور النسائى فى الريف والحضر.

٣- أسلوب دراسة الحالة فى تكثيف الاهتمام ببعض الرموز النسائية فى الريف والحضر .

وتحقيقاً لذلك اعتمدت الدراسة على الأدوات التالية :

١- استمارات تحليل المضمون بمستوياتها الاستطلاعية والوصفية فى جمع وتصنيف المواد الإعلامية الخاصة بالمرأة المصرية فى الريف والحضر .

٢- الاستبيان بمستوياته المقننة فى جمع البيانات الخاصة بالقائمات بالاتصال وعلاقة الجمهور النسائى بوسائل الإعلام .

٣- دليل دراسة الحالة فى جمع البيانات التفصيلية المكثفة عن علاقة بعض الرموز النسائية فى الريف والحضر بوسائل الإعلام .

وتفصيلاً لذلك سنعرض ما يلى :-

الجزء الإعلامى

من أجل تحقيق أهدافه السابقة الذكر اعتمدت الدراسة على أسلوب تحليل المضمون حيث تم إعداد استمارتين خصصت الاستمارة الأولى لتحليل مضمون كل من الأجزاء الخاصة بالمرأة فى الصحف العامة وكافة المضامين المقدمة فى المجلات النسائية المتخصصة أما الاستمارة المتخصصة أما الاستمارة الثانية فقد خصصت لتحليل مضمون برامج المرأة والمواد الإعلامية الخاصة بقضايا المرأة فى الإعلام المرئى والمسموع .

وقد مرت عملية إعداد هاتين الاستمارتين بالعديد من الخطوات على النحو التالى:

١- بناء على نتائج الدراسة الاستطلاعية لمعالجة وسائل الإعلام الجماهيرى لقضايا المرأة والتنمية فى الريف المصرى . وعلى نتائج مسح التراث العلمى الخاص بالبحوث والدراسات المتعلقة بالمرأة والإعلام والتنمية تم تحديد الأفكار الرئيسية والفرعية للاستمارتين فى ضوء الأهداف العامة للبحث .

٢- قامت المشرفة على البحث الإعلامى بصياغة الاستمارتين فى صورتهما المبدئية التى تم مناقشتها فى عدة اجتماعات مع أعضاء فريق البحث والباحثين .

٣- بناءً على المناقشات السابقة تم إعادة صياغة الاستمارتين وإعداد التعريفات الإجرائية الخاصة بهما .

٤- تم تجريب الاستمارتين . وإجراء تجربة الثبات الخاصة بهما حيث اختبرت عينة لمدة أسبوع . وقام كل الباحثين بتحليل نفس الإعداد وتم حساب مدى ثبات التحليل بينهم .

٥- وفى ضوء نتائج الثبات أجريت بعض التعديلات على الاستمارتين كما عدلت بعض التعريفات الإجرائية .

٦- تمت مناقشة الاستمارتين ودليل التعريفات فى صورتهم النهائية فى عدة اجتماعات حضرها أعضاء فريق البحث .

٧- قامت المشرفة على البحث بالصياغة النهائية للاستمارتان والدليل وأصبحت الأستمارتان جاهزتين للتطبيق .

٨- قام الباحثون بملء الاستمارات بناء على العينة المحددة سواء عينة الوسائل أو المادة الإعلامية أو العينة الزمنية .

٩- كما تولى الباحثون أيضاً عملية تفريغ الاستمارات .

١٠- تولت المشرفات على كل مجموعة (الصحف العامة - المجلات النسائية - الإذاعة والتليفزيون) المعالجة الإحصائية للبيانات .

إلى جانب ذلك صممت استمارتان للأستقصاء أحدهما خاصة بالقائمين بالاتصال فى أقسام المرأة فى الصحف العامة والثانية خاصة بالقائمين بالاتصال فى المجلات النسائية المتخصصة ، ومرت عملية تصميمها بالخطوات التالية :

١- عقد فريق البحث عدة اجتماعات لمناقشة التصورات المقترحة للاستمارتان ومحاورها فى ضوء أهداف البحث ونتائج الدراسة الاستطلاعية .

٢- فى ضوء هذه المناقشات تم التصميم المبدئى للاستمارتان .

٣- تم عرضهما على كل من أ.د. عواطف عبد الرحمن الباحث الرئيسى و أ.د. ليلى عبد المجيد المشرفة على البحث و أ.د. ليلى عبد الوهاب أستاذ الاجتماع بجامعة بنها . وتم إجراء بعض التعديلات بناء على ملاحظاتهن .

٤- تم صياغة الاستمارتين فى شكلهما النهائى .

٥- قام الباحثون بملء استمارات الاستقصاء عن طريق المقابلة الشخصية مع القائمين بالاتصال الذين شملتهم عينة البحث .

٦- قامت المشرفة على فريق البحث الخاص بالقائمين بتفريغ الاستمارات وتحليلها واستخلاص النتائج (نموذج للاستمارتان : ملحق بحث) .

إلى جانب هذا تم تصميم مقياس لاتجاهات القائمين بالاتصال فى صحافة المرأة نحو المرأة الريفية .

واستعانت المشرفة فى هذا الجانب من البحث بالدكتور عبد الحميد صفوت أستاذ علم النفس فى بناء وصياغة المقياس . ومرت هذه العملية بعدة خطوات هى :

١- تحديد عدة أبعاد يدور حولها موضوع المرأة الريفية تتمثل فى : الاتجاه موضوع المرأة الريفية فى الصحف . الاتجاه نحو دور المرأة الريفية فى المشاركة السياسية . الاتجاه نحو الوظائف الريفية للمرأة الريفية كزوجة وأم .

٢- تم ترجمة هذه الأبعاد فى ١٠٣ فقرة .

٣- أجريت مراجعة لهذه الفقرات ، وتمت عملية استبعاد وإلغاء لبعضها أما للتكرار أو لعدم صلتها المباشرة بأهداف البحث .

٤- صممت استمارة للتحكيم وزعت على عدد من أساتذة علم النفس بهدف قياس الصدق الظاهرى للمقياس ، والتأكيد من مدى ملائمة الفقرات للبعد الذى تقيسه وتحديد مدى صلاحية كل فقرة من حيث الصياغة اللغوية . واقتراح أية تعديلات على الفقرات أو إضافة فقرات جديدة .

عينات الدراسة

اعتمدت الدراسة فى قسميها الإعلامى والميدانى على مجموعة من العينات نوجزها على النحو التالى :

١- العينة الإعلامية .

٢- عينة الدراسة الميدانية .

أولاً : العينة الإعلامية وتشمل

عينة الصحف

تم اختيار الصحف اليومية الصباحية الأربع التى تصدر فى مصر . ثلاثة منها صحف قومية بمعنى أنها تصدر عن المؤسسات الصحفية القومية المملوكة لمجلس الشورى إحدى مؤسسات الدولة وهى " الأهرام " و " الأخبار " و "الجمهورية " والرابعة صحيفة " الوفد " اليومية تصدر عن حزب الوفد الجديد .

وجريدة " الأهرام " تخصص صفحة أسبوعية للمرأة عنوانها عنوانها " المرأة والطفل " ضمن ملحق الجمعة تشرف عليها سناء البيسى.(*)

أما جريدة " الأخبار " فتخصص بعض الأبواب الأسبوعية للمرأة . إذ تخصص يوم الأحد جزء للمرأة عنوانه " أخبار حواء " ينشر بالركن الأيسر بالصفحة الأخيرة وتشرف عليه فاطمة سعيد . وفى اليوم نفسه تخصص جزء آخر عنوانه " الجنس الآخر " ينشر فى الركن الأعلى الأيمن بالصفحة الأخيرة أيضاً . وتقدمه مى شاهين . وجزء ثالث ينشر يوم الجمعة من كل أسبوع تشرف عليه ناهد حمزة ويحمل عنوان " النساء وللرجال فقط ".

وتخصص جريدة " الجمهورية " ركناً أسبوعياً للمرأة يصدر كل يوم خميس بعنوان " آدم وحواء " وتشرف عليه ناهد الشناوى .

كما تخصص جريدة " الوفد باباً أسبوعياً ضمن عدد الجمعة بعنوان " هى " .

وقد تم تحليل مضمون هذه الأجزاء الخاصة بالمرأة . فضلاً عن كل المواد الصحفية الأخرى التى تناولت قضايا المرأة . ونشرت خارج هذه الأجزاء خلال الفترة الزمنية للتحليل.

كما شملت عينة الصحف أيضاً جريدتين أسبوعيتين هما جريدة " أخبار اليوم" و جريدة " التعاون " .

إذ تخصص " أخبار اليوم " ركناً أسبوعياً للمرأة بعنوان " قيل وقال " وتشرف عليه دينا ريان ويشغل ٤/٣ الصحف تقريباً .

(*) كانت الأستاذة سناء البيسى تشرف على هذه الصفحة خلال فترة إجراء البحث . غير أنه حدث تغيير فى النصف الثانى عام ١٩٩٣ حيث تولت الإشراف على هذه الصفحة الأستاذة ماجد مهنا ، غير أن هذا يعد خارج نطاق فترة البحث

وتخصص جريدة التعاون " ركنا يحمل عنوان " طبيبك الخاص " تقدمه ايفون بشاى ويشغل نصف الصحف تقريباً .

وتم تحليل مضمون هذين الجزئين . فضلاً عن المواد الصحفية الأخرى التى نشرت خارجهما وتناولت قضايا المرأة خلال فترة التحليل .

وتم اختيار مجلتين أسبوعيتين عامتين هما : مجلة " صباح الخير " ومجلة " أكتوبر " . وتخصص مجلة " أكتوبر " جزءاً خاصاً للمرأة بعنوان "امرأة كل العصور" تقدمه نفيسة عابد . فى حين يغلب المضمون الخاص بالمرأة على ما يقدم من خلال عدة أجزاء وأعمدة صحفية فى مجلة " صباح الخير أيها العالم " . " حيرة قلبى " والذى يحمل توقيعاً مستعاراً (قوت القلوب) . " زوج غلبان " لعاصم حنفى إلى جانب جزء كاريكاتورى ساخر يحمل عنوان " ركن النسوان " وجزء ثابت بعنوان " البنات أحلى الكائنات " ويشغل صفحتين وتحرره مجموعة من المحررات الشابات . إلى جانب تناول العديد من التحقيقات والموضوعات الصحفية لقضايا المرأة والموضوعات المتعلقة بها وتم إخضاع كل هذه المواد للتحليل خلال الفترة الزمنية للبحث .

كذلك فقد تم إخضاع المجلتين النسائيتين المتخصصتين اللتين تصدران فى مصر للتحليل وهما مجلة " حواء " التى تصدر أسبوعياً عن مؤسسة " دار الهلال " منذ ١٩٥٥م وكانت ترأس تحريرها خلال فترة البحث ايفون رياض (*)

ومجلة " نصف الدنيا " التى تصدر أسبوعياً عن مؤسسة " الأهرام " منذ ١٩٩٠م والتى ترأس تحريرها سناء البيسى .

ثانياً : عينة القائمات بالاتصال

كان المأمول أن تتم دراسة مسحية شاملة لكل القائمين بالاتصال فى صحف الدراسة التحليلية . غير أن صعوبات خاصة برفض بعضهم ، وعدم اهتمام البعض الآخر رغم تكرار المحاولات بالإجابة على أسئلة الاستقصاء مما اضطر فريق البحث إلى الأخذ بأسلوب العينة التى ضمت (١٨) من القائمين بالاتصال فى صحف " الأهرام " و " الأخبار " و " الجمهورية "و" المساء "و" الوفد " ومجلة "أكتوبر " شملت العاملين بأقسام المرأة بهذه الصحف

(*) تتولى الأستاذة إقبال بركة حالياً رئاسة تحرير مجلة " حواء " غير أن هذا التغيير يعتبر خارج نطاق فترة البحث .

.إضافة إلى (٢) من محررى مجلتى"حواء" و "نصف الدنيا" أى أن إجمالى العينة بلغ (٤٠) من القائمين بالاتصال فى مجال صحافة المرأة فى الصحف العامة والمجلات النسائية المتخصصة .

ثالثاً : عينة الخدمات الإذاعية المسموعة والمرئية

الخدمات الإذاعية المسموعة :

تم اختيار " الشبكة الرئيسية " وإذاعة " القاهرة الكبرى " كأول خدمة إذاعية محلية انشئت عام ١٩٨١ لتغطى منطقة القاهرة الكبرى ، وكانت عينة البرامج التى شملها التحليل فى " الشبكة الرئيسية " : برنامج " إلى ربات البيوت " . وهو برنامج يومى يقدم فى الفترة الصباحية لمدة نصف ساعة .

وبرنامج " المرأة العاملة " ويذاع يوم الأثنين من كل أسبوع لمدة ربع ساعة فى الفترة المسائية .

أما عينة البرامج التى أذيعت من خلال إذاعة " القاهرة الكبرى " فضمت ثلاثة برامج بواقع عشر دقائق يومياً لكل منها فى فترة الظهيرة وهى :" مع الأسرة " ويذاع أربع مرات أسبوعياً (أيام السبت ، الأثنين ، الأربعاء ، الجمعة) .

" حواء القاهرة " ويذاع مرتين أسبوعياً (يومى الأحد ، والخميس) .

" خدمة لكل أسرة " ويذاع يوم الثلاثاء من كل أسبوع .

القنوات التليفزيونية :

شمل التحليل المضمون الخاص بالمرأة فى القناة الأولى . والقناة الثانية والقناة الثالثة (أول قناة تليفزيونية محلية بدأت بثها عام ١٩٨٥ وتتوجه لأقليم القاهرة الكبرى) .

وكانت عينة البرامج التى تم تحليلها فى القناة الأولى :

" نحو الهدف " . " هى .... " . و " بريد المرأة " . " فن التفصيل والخياطة ". " عزيزتى حواء " . " الوقاية تغنى عن العلاج " . " الصحة حول العالم " . " مجلة المرأة " وكلها برامج أسبوعية تذاع فى فترة الضحى والظهيرة التى تمتد من العاشرة صباحاً وحتى الخامسة مساءاً .

إلى جانب تحليل أربع حلقات من برنامج " طبق العيد " إذ أن العينة الزمنية واكبت فترة عيد الأضحى . وحلقة واحدة من برنامج " أطفال الغد " .

وشملت عينة البرامج التى قدمتها القناة الثانية :

" لك ولأسرتك " يذاع مرتين فى الأسبوع (الأحد والأربعاء) فى فترة الظهيرة .

" لكل الناس " يقدم يوم السبت فى فترة الظهيرة أيضاً .

" أمومة وطفولة " ويذاع يوم الأثنين من كل أسبوع فى فترة المساء .

أما القناة الثانية فتقدم برنامجا واحد هو " لكل عروسين " فى فترة السهرة يوم الخميس من كل أسبوع كما شملت عينة البحث أفلام سينمائية وتليفزيونية تناولت قضايا تخص المرأة عرضت خلال فترة البحث هى " النداهة " . " أفواه وأرانب " . " أم العروسة " . " أنت حبيبى " . " إشاعة حب " . " حكايتى مع الزمان " . " محاكمة على بابا " . " حل يرضى جميع الأطراف " .

إلى جانب مسلسل " سر الأرض " الذى تعرضه القناة يوم الجمعة من كل أسبوع وحلقة واحدة من بعض البرامج هى : " الشارع المصرى " . " من غير ميعاد " . " شخصيات ضاحكة " . برنامج خاص عن المرأة فى الهند بمناسبة عيد الهند الوطنى .

وحلقة واحدة من مسلسل " عصفور فى القفص " . وحلقة واحدة أيضاً من مسلسل " ضمير أبله حكمت " .

ثانياً : عينة الدراسة الميدانية

تنقسم العينة إلى نوعين :

(١) العينة الجغرافية .

(٢) العينة البشرية .

العينة الجغرافية :

اتفق فريق البحث على اختيار قريتين ومركز حضرى تمثل القرية الأولى (الزرابى) الوجه القبلى وتقع فى محافظة أسيوط أما القرية الثانية (كمشيش) فهى تقع فى الوجه البحرى كما تم اختيار حى مصر القديمة كممثل للحضر .

وقد روعى فى اختيار تباين الظروف الاجتماعية والاقتصادية والخلفية الثقافية لكل من القريتين كما تم اختيار حى مصر القديمة حيث يتميز اتساع نطاقه العمرانى وكثافته السكانية وتباين مستوياته الاقتصادية والاجتماعية وروعى اختيار ثلاث شياخات بالحى عكست

الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية (المنيل – عين الصيرة – عزبة خير الله) . وقد ساعد التباين فى أنماط العينة الجغرافية على طرح أنماط متباينة من أشكال التعامل والعلاقات بين المرأة الريفية والحضرية ووسائل الإعلام .

عينة الجمهور النسائى :

لقد أجريت الدراسة الاستطلاعية على عينة بلغ قوامها ١٥٠٠ مفردة فى كل من الزرابى وكمشيش ومصر القديمة أما دراسة الحالة فقد طبقت على ٢٦ مفردة وذلك على النحو التالى :

- ثمانى حالات فى قرية كمشيش .
- ثمانى حالات فى مصر القديمة .
- عشر حالات فى قرية الزرابى .

وصف عينة الجمهور الذين أجريت عليهم " دراسة الحالة " يمكن إجمال أهم خصائص عينة النساء اللاتى طبقت عليهم دراسة الحالة على النحو التالى :

١- تتراوح أعمار النساء فى قريتى كمشيش والزرابى وحى مصر القديمة بين ٢ ، ٦.

٢- تفاوت المستوى التعليمى لعينة الدراسة ، ففى عينة الريف بلغت نسبة الأميات ٤٤,٤٪ والمتعلمات تعليماً متوسطاً ٣٣,٣٪ والحاصلات على مؤهل جامعى ١٦,٧٪ وظهرت واحدة تجيد القراءة والكتابة بعد حصولها على شهادة محو الأمية .

أما فى عينة الحضر فقد بلغت نسبة الأميات ٥٠٪ والحاصلات على مؤهل متوسط ٢٥٪ والحاصلات على مؤهل جامعى ٢٥٪ .

٣- من حيث ممارسة العمل خارج المنزل فقد ظهرت فروقاً واضحة ففى قرية الزرابى بأسيوط ظهر أن نصف عدد النساء اللاتى طبقت عليهن دراسة الحالة لا يمارسن أعمالا خارج المنزل . فى حين ظهر أن اللاتى طبقت عليهن الدراسة فى قرية كمشيش بالمنوفية يعملن خارج المنزل . وفى حى مصر القديمة بلغت نسبة اللاتى يعملن خارج المنزل ممن طبقت عليهن الدراسة ٦٢,٥٪ .

وقد انحصرت مجالات العمل فى الزراعة والتجارة والتدريس فى حين تنوعت مجالات العمل فى الحضر سواء فى القطـاع الحكومـى أو القطـاع غير الحكومـى بمـا يثيره ذلك من مشاكل متصلة بأوضاع العمل وعدم توفر الضمانات الحقيقية التى تحقق استمرارية العمل .

٤- تنوعت الحالة الاجتماعية للمبحوثات فى قرية الزرابى وفى مصر القديمة بين المتزوجات والآنسـات والأرامل فـى حين كـانت كل الحـالات المدروسـة فـى قريـة كمشـيش مـن المتزوجات .

٥- ما زال النمط الغالب للمعيشة فى قرية الزرابى هو الحياة داخل إطار الأسرة الكبيرة إذ بلغت نسبة اللواتى تتمتعن بمسكن مستقل بين عينة الزرابى٦٠٪ فقط، فى حين بلغت نسـبة اللاتى يقيمن فى سكن خاص بهن فى قرية كمشيش ٧٥٪.

أما فى مصر القديمـة فقد ظهر يقمن فـى مسكن مستقل غير أنـه ظهر ميل الأسر والعائلات فى هذا الحى إلى التجاور السكنى .

أدوات العمل الميدانى

لقد تم إنجاز العمل الميدانى على مستويين سـعياً لتوفير إجابـات متكاملـة وتحقيق فهم أعمق لما يطرحه البحث من تساؤلات وهى :

أولاً : مستوى الأسرة

فى هذا المستوى يعتمد البحث على الاستبيان ودراسة الحالة ، والملاحظة :

أ - الاستبيان :

رغم ما يثار من تحفظات حول مدى كفاءة وفاعلية هذا الأداء البحثية فى توفير بيانـات دقيقة عن الريف المصرى إلا أن استخدامها هنـا مهم لتوفير بيانـات كميـة ومؤشـرات كيفيـة حول الجوانب التالية :

- حجم الحيازة / والتعرض لكل وسيلة إعلامية .
- سلوك التعرض لكل وسيلة .
- رؤية النساء لكل وسيلة ومدى تأثرهم بها أو اعتمادهم عليها .
- الاحتياجات الإعلامية للنساء .

ويتضمن الاستبيان مجموعة تساؤلات تسجل الجوانب السابقة بالإضافة إلى البيانات الأولية عن المبحوثين .

السن / النوع / الحالة الاجتماعية . المستوى التعليمى . نمط المعيشة والدخل.

ب – دراسة الحالة :

وقد تم إجراء دراسة متعلقة لبعض الأسر الريفية من مستويات مختلفة (عشرة) بكل قرية بهدف توفير البيانات حول تساؤلات البحث المختلفة وبالذات التساؤلات الخاصة بعلاقة المرأة بوسائل الإعلام وتنشئة الطفل والبناء الأسرى والعلاقات العائلية والقيم الاجتماعية المختلفة ، ودرجة اعتماد النساء على أجهزة الإعلام وقد صمم لذلك دليلاً للمقابلة يتضمن تساؤلات مفتوحة حول هذه الجوانب بالإضافة إلى التاريخ الاجتماعى لكل أسرة .

ج– الملاحظة بالمشاركة :

وقد تم استخدام هذه الأداة بهدف توفير البيانات التى يصعب الحصول عليها من خلال الأدوات السابقة وتتركز الملاحظة بالمشاركة على الجوانب التالية :

– أشكال وأساليب الاتصال المختلفة بكل قرية وبالمركز الحضرى .

– قدرة الفئات النسائية المختلفة على المشاركة فى عملية الاتصال .

– أنماط تناقل المعلومات بين المستويات الاجتماعية المختلفة .

– سلوك التعرض والتعامل مع أجهزة الإعلام المختلفة من جانب النساء ومدى التكامل بين أنماط الاتصال المختلفة بقرى الدراسة والمركز الحضرى .

– موضوعات الحوار وأساليب التخاطب والتفاعل بين النساء اللاتى ينتمون إلى الفئات الاجتماعية المختلفة .

ثانياً : مستوى النساء كأفراد

حتى تكتمل الصورة استلزم الأمر ، استطلاع رأى عدد من النساء فى الريف والحضر خلال مقابلات مقننة طرحت فيها الأبعاد والتساؤلات التالية :

١– يوجد تجاهل تقييم دور أجهزة الإعلام فى المجتمع : الأول يؤكد أهمية وخطورة هذا الدور فى مجال تشكيل رؤى ومعارف الأفراد فى المجتمع . والثانى يقلل من أهمية هذا الدور ، ويربط بين فاعلية أجهزة الإعلام وبين بعض العوامل الاجتماعية والثقافية فأى الاتجاهين يعبر عن حقيقة موقع العملية الإعلامية لدى النساء فى الريف والحضر .

٢- للصور الذهنية لدى الجمهور عن أجهزة الإعلام دور مهم فى تحديد فاعلية أداء هذه الأجهزة فى المجتمع . فهل تعتقد أن الصور الذهنية المتوفرة لدى النساء فى الريف تجاه أجهزة الإعلام المصرية مواتية وإيجابية ؟ وهل يتساوى الأمر بين مختلف وسائل الإعلام فى هذا المجال ؟

٣- ترتبط ممارسة أجهزة الإعلام فى المجتمع ببناء القوة السائدة وطبيعة التوجهات السياسية للنخب الحاكمة فى كل فترة تاريخية ، فهل تعتقد أن التوظيف السياسى الراهن لأجهزة الإعلام فى المجتمع المصرى يدعم الوعى السياسى والحقوقى لدى النساء ؟وفى اتجاه؟ بمعنى آخر هل تساهم هذه الأجهزة فى تشكيل وعى زائف النساء الريفيات أم وعى حقيقى؟

٤- يوجد اقتناع لدى خبراء الاتصال والإعلام بأن الاتصال الشخصى أكثر فاعلية وتأثيراً من أنواع الاتصال الأخرى فى مجال التغيير فى القرية المصرية؟ إلى أى مدى تصدق هذه المقولة بالنسبة للمرأة الريفية ؟

٥- شهدت القرية المصرية فى الحقب الأخيرة العديد من التغيرات منه تزايد تيار الهجرة الخارجية والزواج المادى لدى بعض الفئات والارتفاع النسبى فى معدلات التعليم والوعى لدى القرويين ، والتغير فى بناء الأسرة ووضع المرأة الريفية . فهل كان لأجهزة الإعلام دوراً محدداً فى هذه التغيرات ؟ وما نوع هذا الدور ؟ وهل تؤيد الرأى القائل بأن هذه التغيرات قد زادت من حاجة واعتماد المرأة الريفية على أجهزة الإعلام ؟

٦- أصبح وشيكاً أن يتم تعرض الأفراد فى المجتمع المصرى من خلال أجهزة التليفزيون المحلى للبث التليفزيونى الخارجى والمباشر عبر الأقمار الصناعية وأن ثمة اتجاهين فى هذا الموضوع الأول : يرى مخاطر البث على الثقافة المحلية وجهود التنمية والثانى : يرى أنه يثرى الثقافة المحلية . وأن هذه الثقافة بميراثها التاريخى والحضارى ، قادرة على استيعاب وتطويع كل ما هو وافد وغريب . فأى الاتجاهين تعتقد أن الأصوب ؟ وهل ترى أن هذا البحث سيكون له أثر محدد على منظومة القيم وأساليب التنشئة السائدة فى الريف المصرى .

٧- فى ضوء تزايد تعرض المرأة الريفية لوسائل الإعلام وعلى الأخص المرئى والمسموع ؟ إلى أى مدى تأثرت منظومة القيم والأنشطة التى تمارسها المرأة الريفية علاوة على وعيها الاجتماعى بالبرامج والمواد الإعلامية التى تعرضها وسائل الإعلام ؟ وما هى قائمة

التفضيلات الإعلامية لدى النساء فى الريف؟ وهل تختلف الدرجة لدى المرأة المتعلمة عنها لدى الأمية ولماذا ؟

خطة العمل الاجتماعى

تشكل فريق البحث من مجموعة من الأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين والمدرسين المساعدين والمعيدين بكلية الإعلام وجامعى البيانات من القرى والمركز الحضرى.

وتحددت خطة العمل البحثى على النحو التالى:

١- اجتماعات تنظيمية دورية لتوزيع المسئوليات البحثية ومتابعتها تحت إشراف الباحث الرئيسى .

٢- إعداد تقارير مرحلية ومناقشتها فى الاجتماعات الدورية .

٣- زيارات ميدانية للقرى والمركز الحضرى .

٤- إعداد تقرير المرحلة الأولى للبحث وتشمل الدراسات الاستطلاعية لكل من الجزء الإعلامى والميدانى .

٥- إعداد تقارير المرحلة الثانية وتشمل الدراسة التحليلية للجزء الإعلامى ودراسات الحالة المكثفة للجزء الميدانى .

٦- إعداد التقارير المقارنة بين نتائج كل من الدراسة الإعلامية والدراسة الميدانية .

٧- مناقشة المقارنات فى اجتماع موسع يضم مسئولى المجموعات البحثية .

٨- إعداد التعديلات المقترحة فى الاجتماع الموسع وعرضها على مسئولى المجموعات ومستشارى البحث .

٩- إعداد التقرير النهائى ومناقشته مع مسئولى المجموعات والمستشارين .

١٠- إعداد حلقة نقاشية لمناقشة التقرير النهائى هذا وقد تم توزيع المسئوليات البحثية على أعضاء فريق البحث وذلك على النحو التالى :-

١- قامت أ.د. عواطف عبد الرحمن (الباحث الرئيسى) بتصميم الخطة العامة للدراسة وتحديد المسئوليات البحثية لفريق العمل فى كل من الجزء الإعلامى والميدانى

كما تولت الإشراف العام على جميع مراحل الجزء الإعلامى والميدانى كذلك قامت بالإشراف البحثى المباشر على إنجاز الدراسة الميدانية الخاصة بقرية الزرابى – أسيوط

وقامت بإعداد تقرير المرحلة الأولى وإعداد وكتابة التقرير النهائي للدراسة باللغتين العربية والإنجليزية وإعداد ورقة العمل للحلقة النقاشية.

٢- قامت أ.د. ليلى عبد المجيد بالإشراف على متابعة وإعداد الجزء الإعلامي وتولت كتابة التقرير الخاص بهذا الجزء كما شاركت في إعداد التقارير المقارنة بين كل من الجزء الإعلامي والميداني ومناقشة التقرير النهائي .

٣- قامت د. نجوى كامل الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بالإشراف على متابعة وإعداد الجزء الخاص بالقائمات بالاتصال في الصحافة وكتابة التقرير الخاص بهذا الجزء كما تولت الإشراف البحثي المباشر على إنجاز الدراسة الميدانية الخاصة بقرية كمشيش وكتابة التقرير الخاص بها . كذلك شاركت في إعداد التقارير المقارنة بين القريتين (الزرابي - كمشيش) والمركز الحضري (مصر القديمة) . وشاركت في تصميم الاستبيان ودليل دراسة الحالة على مستوى الجزء الميداني ككل . كما شاركت في مناقشة التقرير النهائي .

٤- قامت د. أميرة العباسي الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بالإشراف على مجموعة البحث الخاص بتحليل مضمون المجلات النسائية المتخصصة وكتابة التقرير الخاص بهذا الجزء.

٥- قامت د. جيهان يسري المدرس بقسم الإذاعة بالإشراف على أعداد الجزء الخاص بتحليل مضمون برامج الإذاعة والتليفزيون وكتابة التقرير الخاص بهذا الجزء .

٦- قام أ.د. عادل شعبان الباحث بمركز البحوث العربية بالإشراف على الجزء الميداني في قرية كمشيش (والمركز الحضري - مصر القديمة) وإعداد التقارير الاستطلاعية كما شارك في تصميم دليل دراسة الحالة والإستبيان للدراسة الميدانية ككل .

٧- شاركت أ.د. ليلى عبد الوهاب الأستاذ بقسم الاجتماع = جامعة بنها في تصميم الاستبيان ودليل دراسة الحالة للدراسة الميدانية ككل . كما تولت الإشراف على الدراسة الاستطلاعية لقرية ميت سلسيل وقد تم استبعادها في المرحلة الثانية لقصور المعلومات الواردة بها عن تحقيق أهداف الدراسة الميدانية .

٨- شاركت أ.د. هويدا منير الباحثة بهيئة الاستعلامات في إعداد التقارير المرحلية الخاصة بقرية الزرابي والمراجعة العامة لبعض تقارير الدراسة قبل الطبع النهائي .

٩- شاركت د. إيناس أبو يوسف في إعداد تقرير المقارنة بين القرى (الزرابي - كمشيش) .

١٠- قام أ. صديق ضاحي المذيع بإذاعة الشباب والرياضة بالمشاركة في الإشراف على جميع مراحل جمع البيانات في قرية الزرابي .

١١- شارك أ. عصام فوزي في المراجعة العامة لكل من الجزء الإعلامي الميداني .

صعوبات الدراسة

لقد صادفت المسيرة البحثية لهذه الدراسة العديد من الصعوبات وخاصة فى الجزء الميدانى ويمكن تصنيف هذه الصعوبات إلى نوعين :

(١) صعوبات تتعلق بفريق البحث فى الدراسة الميدانية .

(٢) صعوبات تتعلق بجمهور المبحوثات من نساء الريف والحضر .

وفيما يتعلق بالنوعية الأولى من الصعوبات فقد كشفت الممارسات البحثية عن صعوبة العمل الجماعى فى مجال العلوم الاجتماعية ويعزى ذلك إلى أسباب كثيرة لعل أبرزها يكمن فى طبيعة النظام التعليمى الذى يكرس الروح الفردية وينميها من خلال الاعتماد الكامل على الأسلوب التلقينى وعدم إيلاء العناية الكافية للأساليب التربوية المتطورة التى تعنى بتنمية القدرات العقلية المختلفة لدى الطلاب وتغرس لديهم روح المبادرة والجرأة الفكرية والقدرة على التواصل العقلى والوجدانى فيما بينهم كأجيال من ناحية بينهم وبين أساتذتهم وروادهم من ناحية أخرى علاوة على تحقيق التواصل مع الجمهور العام وقد تجلى هذا المظهر السلبى فى الدراسة الميدانية على نحو خاص إذ أن تأهيل وتدريب الباحثين الإعلاميين على العمل الجماعى قد أثمر بصورة إيجابية واضحة فى الجزء الإعلامى فيما أفتقر الجزء الميدانى لهذه الميزة .

أما النوعية الثانية من الصعوبات فهى ترتبط بجملة إشكاليات تتعلق بجمهور المبحوثات سواء فى الريف أو الحضر بعضها يرجع إلى وضعية المرأة المصرية والموروثات الثقافية التى أدت تاريخياً إلى عجزها عن التعبير بصدق ووضوح عما يعتمل فى داخلها بسبب القيود الاجتماعية وهيمنة السلطة الأبوية وسيادة الثقافة الذكورية . وقد تجلى هذا الجانب على وجه التحديد فى قريتى الدراسة (الزرابى - كمشيش) فيما لم يتضح بنفس الدرجة فى المركز الحضرى (مصر القديمة) .

كذلك كشف البحث الميدانى عن عدم كفاءة الأدوات البحثية التى تم الاستعانة بها لجمع البيانات والمعلومات الأساسية للبحث مثال ذلك الاستبيان الذى أثبت نجاحه كأداة بحثية فى المجتمعات الغربية المتقدمة تكنولوجيا والمختلفة حضارياً وثقافياً عن المجتمعات العربية وفى

قلبها المجتمع المصرى . فالشكوك والمخاوف من الإدلاء بأية معلومات مهما كانت درجة عموميتها وبساطتها - مثلت حاجزا وعقبة حالا دون إدلاء كل من جمهور النساء والرجال فى الريف بما يحتاجه البحث من معلومات وتفاصيل مما أسفر فى النهاية عن الحصول على إجابات شبه نمطية رغم حرص فريق البحث على إجراء عدة مستويات للدراسة لتدارك سلبيات الخطاب النمطى الذى سيطر على إجابات أغلب المبحوثات .

وهناك صعوبة أخرى كشفت عنها الدراسة الميدانية هى استحالة إنجاز أى تقدم ملموس فى الحصول على المعلومات المطلوبة من المبحوثات فى حالة الاستعانة بباحثين من خارج القرى . إذ يتم التعامل معهم كغرباء يمكن استضافتهم وإكرامهم فى إطار "سخاء الريفى المعهود ولكن لا يمكن الإدلاء لهم بمعلومات قد تؤدى إلى عواقب غير حميدة للمبحوثات فى أحسن الحالات .

وقد كشفت الدراسة الميدانية عن بعض الفروق الثقافية والاجتماعية التى تستدعى الاهتمام والعناية من جانب المشتغلين بالعلم الاجتماعى والتى برزت من خلال المقارنة بين قرى الصعيد بإطارها الثقافى المغلق وقرى وجه بحرى الأكثر انفتاحا ومرونة وكذلك بين الريف بوجهيه القبلى والبحرى وبين المركز الحضرى (مصر القديمة) الذى ينتمى إلى منظومة ثقافية مختلفة إلى حد كبير عن القيم الثقافية والاجتماعية لأهل الريف .

ولعل أخطر السلبيات التى كشف عنها البحث الميدانى هو شيوع الأسلوب النمطى الشكلى لدى بعض الباحثين والذى تجلى بصورة فجة سواء فى استقاء المعلومات أو أساليب معالجتها وافتقاد القدرة على التعمق والتأمل فيما يطرحه الواقع والميل إلى أسلوب عجيب إلى تسديد الخانات منه إلى استخلاص جوهر المعرفة الحقيقية التى تضيء وتضيف ولا تكرر ما أنتجه السابقون .

ولا شك أن الكشف عن هذه التصورات يعد فى حد ذاته إضافة هامة فى تراث البحوث الميدانية حيث يبرز ضرورة التنبه إليها والعمل على تجاوزها باستحداث أساليب بحثية بديلة والاهتمام ببرامج التدريب المتواصل للباحثين على كافة مستوياتهم وفى مختلف فروع العلم الاجتماعى والحرص على غرس روح الجدية والالتزام والعمل الجماعى والأمانة العلمية لدى الأجيال الجديدة من الباحثين.

ما تنفرد به هذه الدراسة

يمكن القول أن البحث يعد استكمالا للجهود العلمية السابقة والبحوث الجادة التى عنت بدراسة المرأة المصرية ووسائل الإعلام غير أنه يتميز ببعض السمات التى تمثل إضافة جديدة فى هذا المجال نوجزها على النحو التالى :

١- يلاحظ أن البحوث السابقة التى درست مضمون هذه الوسائل وسعت لتقييم دورها توقفت عند فترة الثمانينات ، إلا أن هذا البحث يركز على دراسة الإعلام الخاص بالمرأة بوضعه الراهن فى التسعينات من هذا القرن .

٢- ينفرد هذا البحث بدراسة مدى اهتمام وسائل الإعلام المصرية بقضايا المرأة الريفية والتنمية ومدى انعكاس ذلك على الجمهور المستهدف من النساء . .

٣- يتبنى البحث منهجاً شاملاً فى دراسته للاهتمامات الخاصة بالمرأة المصرية فى كل وسائل الإعلام الجماهيرى المصرى (الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات العامة النسائية والمتخصصة وبرامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون) مما يتيح إعطاء صورة متكاملة – إلى حد كبير – للأداء الإعلامى فيما يتعلق بقضايا المرأة المصرية .

كما أنه اهتم بتحليل ما يتعلق بالمرأة من المواد المنشورة فى الصحف ولم يقتصر على دراسة أبواب المرأة فقط وكذلك شمل كل المواد الإذاعية التليفزيونية وليست البرامج الموجهة للمرأة فقط إضافة إلى تحليل بعض الأفلام السينمائية والتليفزيونية والمسلسلات وغيرها من الأعمال الدرامية التى تناولت قضايا المرأة وعرضها التليفزيون المصرى خلال فترة الدراسة.

٤- ينفرد هذا البحث بتركيزه على دراسة البعدين الغائبين فى بحوث المرأة والإعلام وأعنى بهما دراسة القائمين بالاتصال فى الإعلام النسائى من حيث تأهليهم وتدريبهم والعوامل التى تؤثر على أدائهم لعملهم واتجاهاتهم نحو المرأة وخاصة المرأة الريفية كما أولى البحث عناية خاصة لدراسة الجمهور من النساء فى ريف مصر وحضرها مركزاً على الواقع الاجتماعى والاقتصادى والثقافى والإعلامى للمرأة ، وعلاقاتها الاجتماعية ومنظومة القيم التى تتبناها ومدى وعيها بقضاياها مجتمعها ومدى ارتباط ذلك بعدة متغيرات هى وسائل الإعلام ، التعليم ، العمل .

٥- ما يميز هذا البحث أيضاً الرؤية تتسم بها أجزائه المختلفة وعلى عدة مستويات على مستوى وسائل الاتصال المختلفة (مطبوعة ، مسموعة ، مرئية) وعلى مستوى نتائج تحليل المضمون ونتائج الدراسة الخاصة بالقائمين بالاتصال ، والتحليل المقارن بين نتائج دراسة الحالة الخاصة بجمهور النساء فى الريف والحضر ، وعلى مستوى المقارنة بين ما تطرحه وسائل الإعلام المصرية من قضايا وصورة المرأة المصرية وبين ما تطرحه عينة الجمهور النسائى التى تم دراستها فى الريف والحضر .

وإذا كانت النتائج التى تم التوصل إليها فى هذا البحث قابلة للتعميم إلا أن هذا لا يتحقق إلا فى إطار الفهم العميق للفترة الزمنية التي تم إجراء البحث خلالها وخصائص عينة البحث خاصة بالنسبة لعينة النساء فى الريف والحضر التى تم اختيارها لتطبيق دراسة الحالة عليها والتى روعى فى اختيارها أن تكون لها سمات عامة يمكن أن تطبق على أى فرد من المجتمع الذى تنتمى إليه الحالة مع وجود تنوع وإختلاف فى هذه السمات .

وهنا تثار كل الإشكاليات الخاصة بضرورة الحذر من التعميم استناداً إلى عدد قليل من الحالات ، وإن كان البحث لم يكتف بدراسة الحالة بل جمع بينها وبين الأساليب الكمية من خلال تطبيق استمارة الاستبيان على عينات أكبر من جمهور النساء.

الفصل الأول ..

النتائج العامة للبحث

أولاً – الصحف المصرية اليومية وقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري :

اتضح من البحث ما يلي :

(١) أن القضايا المتعلقة – بالمرأة والأسرة كانت أكثر القضايا التى عالجتها الصحف اليومية بصفة عامة بنسبة ٣٤,٦٪ من إهتمامها بكل قضايا المرأة خلال فترة التحليل ، وإرتفعت نسبة تناول جريدة " الأهرام " لتصبح ٤١٪ من إجمالى ما تناولته من قضايا تتعلق بالمرأة ، وبلغت ٤٠,٤٪ من إجمالى ما تناولته جريدة "الأخبار" ، وبلغت نسبة تناول جريدة " الوفد " لها ٣٢,٤٪ من إجمالى إهتمامها بقضايا المرأة عامة.

وكانت جريدة " الجمهورية " أقلهن تناولا لقضايا المرأة والأسرة ، إذ بلغت نسبتها ٢٤,٢٪ من إجمالى ما تناولته من قضايا تتعلق بالمرأة .

(٢) جاءت قضايا المرأة والتنمية فى الترتيب الثانى من حيث إهتمام الصحف اليومية إذ بلغت نسبة ذلك ٢٧,٣٪ من إجمالى ما تناولته هذه الصحف من قضايا المرأة، وإرتفعت نسبة ذلك لتصل إلى ٣١,٦٪ فى جريدة " الأهرام " تليها جريدة " الجمهورية " بنسبة ٢٨,٣٪ ثم تناولته من قضايا المرأة والتنمية ٢١,٢٪ من إجمالى ما تناولته من قضايا .

(٣) شكلت الموضوعات التى بالإهتمامات التقليدية للمرأة كالموضة والتجميل والتنظيف والطهى ١/٥ إهتمامات الصحف اليومية بكل قضايا المرأة وكان "الوفد" أكثرهن إهتماماً بهذه الموضوعات بنسبة ٣٧,٨٪ من إجمالى إهتمامها بكل قضايا المرأة المرأة تلتها " الأخبار " بنسبة ٢٣,٣٪ ، وبلغت نسبة ذلك فى جريدة "الأهرام" ١٩,٧٪ من إجمالى إهتمامها بقضايا المرأة ، وجاءت الجمهورية فى المؤخرة بنسبة ١٢,٥٪من إجمالى إهتمامها بكل قضايا المرأة.

(٤) ظهر فى التحليل الغياب شبه الكامل للإهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية إذ لم تتجاوز نسبة تناول قضاياها فى الصحف اليومية ككل ٢,٣٪ فقط من إجمالى الإهتمام بكل قضايا المرأة المصرية بكافة قطاعاتها ، فى حين إستأثرت المرأة المصرية الحضرية وحدها بنسبة ٢٩,١٪ من إجمالى الإهتمامات بقطاعات المرأة المصرية .

وكانت نسبة الإهتمام بقضايا المرأة المصرية – بصفة عامة – دون تحديد قطاع بعينة فى كل الصحف اليومية بنسبة ٦٧,٩٪ من إجمالى الإهتمام .

أما المرأة البدوية فكان الإهتمام بها معدوماً تقريباً (٠,٧٪ من إجمالى الإهتمام) إذ تم خلال فترة التحليل تناول موضوع واحد يخصها نشر فى جريدة "الوفد" عن المرأة البدوية والأسرة .

(٥) يلاحظ أن حجم الإهتمام بقضايا المرأة الريفية والتنمية لم يتجاوز ٤,٩٪ من إجمالى الإهتمام بقضايا المرأة المصرية والتنمية عموماً .

وكانت نسبة الإهتمام بقضايا المرأة الريفية والأسرة ١,٦٪ فقط من إجمالى الإهتمام بقضايا المرأة والأسرة ككل .

وفيما يتعلق بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية فقد تركزت بشكل أساسى على ما يهم المرأة الحضرية وحدها .

(٦) كانت جريدة " الجمهورية " أكثر الصحف اليومية تناولاً لقضايا المرأة المصرية الريفية بالقياس إلى إجمالى تناولها لقضايا المرأة المصرية بكل قطاعاتها إذ بلغت نسبة ذلك ٣,٩٪ تلتها " الأخبار " بنسبة ٢,٤٪ من إجمالى إهتمامها بكل قطاعات المرأة المصرية ثم " الأهرام " بنسبة ١,٩٪ فقط .

أما " الوفد " فلم تتناول أية قضية تتعلق بالمرأة الريفية خلال فترة التحليل .

(٧) كان موضوع " إكساب المرأة بعض المهارات والسلوكيات العملية " التى تفيدها فى حياتها هو أكثر الموضوعات التى إهتمت بها الصحف اليومية ككل فى إطار إهتمامها بقضايا المرأة المصرية والتنمية بنسبة ٢١,٦٪ .

وإن تركز بصفة أساسية على بعض المهارات الخاصة بالطهى مثل إعداد الأطباق السريعة ، وطرق حفظ الأطعمة ، والتعرف على مدى صلاحيتها .

فى حين لم يظهر إهتمام كاف بتناول الصناعات الريفية والبيئية والمنزلية وتربية الدواجن والنحل ، وبعض المهارات الخاصة بالزراعة كزرع بعض الخضروات للإستخدام المنزلى أو كمشروع صغير .

وجاء موضوع تشجيع المرأة على الإبداع فنيا وأدبيا وعلميا " فى الترتيب الثامن حيث حجم الإهتمام به فى الصحف اليومية بنسبة ١٧,٦٪ من إجمالى إهتمام الصحف اليومية

بقضايا المرأة والتنمية ، ويلاحظ أن صحيفتى " الأهرام " و"الأخبار" فقط هما اللتين تناولت هذا الموضوع .

جاء بعد ذلك من حيث حجم إهتمام الصحف اليومية موضوع " الجمعيات والمنظمات النسائية الإجتماعية والسياسية والمتخصصة " بنسبة ١٠,٨٪ وظهر هذا الموضوع فى كل الصحف عدا " الوفد " ، وكانت أغلب المواد الصحفية المنشورة حوله فى شكل أخبار .

وجاء الحديث عن " عمل المرأة خارج منزلها " بنسبة ٦,٩٪ من إجمالى إهتمام الصحف اليومية ، وتناولت هذا الموضوع كل من صحيفتى " الأهرام " و "الجمهورية " وجاءت الموضوعات الخاصة بدور المرأة فى الإنتاج التى تقلل من إسهامها فى ذلك ، و " ترشيد أنماط الإستهلاك العائلى " بنفس حجم الإهتمام إذ بلغت نسبة ذلك ٦,٩٪ لكل منهما من إجمالى إهتمام الصحف اليومية بقضايا المرأة والتنمية .

وبلغ حجم الإهتمام بثقافة المرأة ٥,٩٪ من إجمالى إهتمام الصحف اليومية بكل قضايا المرأة والتنمية .

وجاءت بعد ذلك عدة موضوعات وهى : تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية بنسبة ٤,٩٪ من إجمالى تناول الصحف لقضايا المرأة والتنمية ، ثم محو الأمية وتعليم المرأة بنسبة ٢,٩٪ فقط من إجمالى ما تناولته الصحف اليومية فى هذا المجال ، ثم إدارة المنزل وتخطيط ميزانية الأسرة ، وتنظيم الأسرة بنسبة ١,٩٪ لكل منهما .

ويلاحظ أن جريدة " الجمهورية " وحدها هى التى تناولت موضوع " تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية ".

أما موضوع " محو الأمية وتعليم المرأة " فلم تتناوله إلا صحيفتان يوميتان فقط هما " الأهرام " و " الجمهورية " وبتكررات محدودة للغاية ، ونشر موضوع واحد فقط عن " مراقبة الأسعار والحد من إرتفاعها " وموضوع واحد فقط عن "مقاومة بعض العادات الإجتماعية المعوقة للتنمية " وموضوع واحد أيضاً عن "عمالة الأطفال" .

ولم تتناول أية صحيفة يومية موضوع " نشر الوعى السياسى لدى المرأة إطلاقاً".

وبالنسبة لقضايا المرأة المصرية والأسرة فقد كان موضوع " تربية الأبناء ورعايتهم صحياً ونفسياً وإجتماعياً وتعليميا وثقافيا " هو أكثر الموضوعات التى نالت إهتماماً فى هذا

المجال بنسبة ٣٧,٢٪ من إجمالى تناول الصحف اليومية لقضايا المرأة المصرية والأسرة ، وجاء بعد ذلك موضوع " صحة الأسرة ونظام الغذاء كماً وكيفاً " بنسبة ٢٤٪ من إجمالى الإهتمام بقضايا المرأة المصرية والأسرة،وتلى ذلك موضوع العلاقات الزوجية بنسبة ١٦,٣٪.

ولم تتجاوز نسبة تناول موضوع " التشريعات الخاصة بالأحوال الشخصية " مثل ما يتعلق بالطلاق والنفقة وحصانة الأطفال رغم أهميته وتأثيره الواضح والمباشر على المرأة وأسرتها ٤,٦٪ من إجمالى إهتمام الصحف اليومية بقضايا المرأة والأسرة .

وجاء بعد ذلك كل من موضوعى " العلاقات الأسرية " و " الحفاظ على البيئة ودور المرأة فى حماية البيئة المحيطة بها وبأسرتها من مظاهر التلوث بنسبة ٢,٣٪ لكل منهما " .

وتناولت الصحف اليومية بعض القضايا الأخرى – رغم أهميتها بتكرار واحد فقط لكل منها وهى " هجرة الأب للعمل بالخارج والنتائج الإجتماعية والنفسية المترتبة على ذلك بالنسبة للزوجات والأبناء " المسنات " أى النساء اللاتى تجاوزن سن الشباب ، والضمانات المتوفرة لهم اقتصادياً وإجتماعياً ونفسياً ، وكذلك " الآثار المترتبة على مشكلة الطلاق " مثل تشتت الأسرة والتمزق النفسى للأطفال وإنحراف بعضهم وغير ذلك ، وموضوع " تزويج الفتيات الصغيرات لكبار السن " خاصة من بعض مواطنى بلاد النفط .

وهناك عدة موضوعات تتعلق بقضايا المرأة المصرية والأسرة لم تتناولها الصحف اليومية إطلاقاً وهى : المساواة بين الجنسين " وتغيير النظرة للبنت على أنها أقل من الولد ، " الزواج المبكر " وما يترتب على ذلك من مشكلات إجتماعية ونفسية وقانونية ، " الآثار المترتبة على تعدد الزوجات " ، " رعاية أبناء المرأة العاملة ومشكلة دور الحضانة " مشاكل الأسرة المصرية المغتربة " ، " مشاكل الميراث " .

وفيما يتعلق بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية فقد شكلت الموضوعات الخاصة بالأزياء والموضة والأناقة ما يزيد عن نصف هذه الإهتمامات التى تناولتها الصحف اليومية (٢٥٪) وجاءت بعد ذلك بفارق كبير الموضوعات الخاصة بالعلاقات العاطفية بنسبة ٨٪ ، ثم كل من موضوعات " شئون المطبخ والطهى " ، " شئون المنزل " ، " الرجيم والتخسيس " بنسبة ٤٪ لكل منها من إجمالى ما تناولته هذه الصحف متعلقاً بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية ، ونشر موضوع واحد الديكور والأثاث .

(٨) وقد إتضح لنا من الدراسة الخاصة بالقائمات بالاتصال فى الصحف اليومية إدراك أغلبهن أن هناك إهمالاً فى معالجة الموضوعات الخاصة بالتنمية خاصة ما يتعلق بالمرأة الريفية ، إذ ذكرت بعض المحررات فى كل من " الأهرام " و " الجمهورية " أن الموضوعات التى لا تجد فرصة للنشر فى رأيهن هى التى تتعلق بالمرأة الريفية وطفل القرية .

وأضافت بعض المحررات فى " الأهرام " إلى ذلك الموضوعات التى تتعلق بمشاكل المرأة العاملة .

كما أشارت بعض المحررات فى " الجمهورية " أن من بين هذه الموضوعات ما يتعلق بالحجاب والنقاب ، القضايا الحساسة المتعلقة بالعلاقة بين المرأة والرجل .

أما القائمات بالإتصال فى " الأخبار " فقد ذكرن أن الموضوعات التى لا تجد فرصة للنشر هى المتعلقة ببعض مواد قانون الأحوال الشخصية ، وقد ثبت ذلك عند تحليل مضمون الصحف اليومية إذ لم تحظ الموضوعات الخاصة بالتشريعات الخاصة بالأحوال الشخصية سوى بنسبة ٤,٦٪ من إجمالى إهتمام الصحف اليومية بقضايا المرأة والأسرة وتركز معظم الإهتمام بهذا الموضوع فى جريدة "الجمهورية" .

وذكرت محررة باب المرأة فى جريدة " الوفد " أن الموضوعات التى لا تجد فرصة للنشر هى الخاصة بنشاط لجان المرأة بالأحزاب الأخرى خاصة حزب التجمع ونشاط منظمات المرأة الشعبية وخاصة منظمة " تضامن المرأة " .

وقد إتفقت نتائج التحليل مع هذا إذ ظهر أن جريدة " الوفد " لم تنشر أية مادة صحفية خاصة بالجمعيات والمنظمات النسائية .

(٩) وينعكس جانب من القصور فى الإهتمام بالمرأة الريفية وقضاياها فى ضعف إتجاه المحررات للسفر إلى الريف لتغطية الموضوعات الخاصة بقضايا المرأة الريفية ، فمن بين ١٧ محررة شملتهن عينة البحث لم يسافر منهن لتغطية موضوعات خاصة بالمرأة الريفية إلا تسع محررات ، وأغلبهن " الجمهورية " و "الأهرام" ، ولم تسافر أية محررة فى جريدة " الأخبار " لهذا الغرض إطلاقاً .

ويلاحظ أن المحررات اللاتى سافرن من جريدتى " الجمهورية " و "الأهرام"، ولم تسافر أية محررة فى جريدة " الأخبار " لهذا الغرض إطلاقاً .

ويلاحظ أن المحررات اللاتى سافرن من جريدتى " الجمهورية " و "الأهرام" كان ذلك بغرض متابعة الأنشطة الرسمية للمسئولين خاصة تغطية زيارات حرم رئيس الجمهورية ،

ومتابعة أنشطة القيادات النسائية فى الريف وجاء ذلك وبنسبة أقل الموضوعات المتعلقة بتغطية انشطة تنظيم أنشطة تنظيم الأسرة ومحو أمية المرأة الريفية .

هذا على الرغمَ من إعتراف المحررات اللاتى أتيحت لهن فرص السفر للريف المصرى بأن هذه الزيارات كان لها إنعكاساً إيجابياً فى معالجتهن الصحفية للموضوعات الخاصة بالريف ، حيث أصبحن أكثر فهماً ووعياً بدور المرأة الريفية وطبيعة حياتها والأعباء الريفية وطبيعة حياتها والأعباء الملقاة على عاتقها .

(١٠) إعترف ٦١٪ من المحررات اللاتى شملتهن عينة البحث أن أقسامهن لا تعطى إهتمام كافياً للمرأة الريفية ، وأرجعوا ذلك إلى الأسباب التالية (مرتبة تنازلياً).

١- عدم إهتمام المسئولين أنفسهم بقضايا الريف ، ويعد هذا مبرراً كافياً - من وجهة نظر المحررات - لتقاعسهن عن تغطية الموضوعات الخاصة بالريف وقضاياه ومشاكله .

وهذا يعكس إرتباط أولويات الإهتمام الإعلامى بالقضايا المختلفة بأولويات الإهتمام الرسمى بهذه القضايا .

٢- ضعف مشاركة المرأة الريفية فى الحياة العامة .

٣- عدم تحمس المحررات أنفسهن لتغطية هذه الموضوعات الخاصة بالمرأة الريفية .

٤- عدم وجود دراسات عن المرأة الريفية تعنيهن فى أداء هذه المهمة .

٥- القيم الصحفية السائدة فى الصحافة المصرية .

٦- الأمية عند المرأة الريفية مما يجعلها غير قارئة للصحف .

٧- الأمية عند المرأة الريفية مما يجعلها غير قارئة للصحف .

٧- قلة المساحات المتاحة للمرأة عامة .

(١١) تكشف الدراسة المقارنة بين نتائج تحليل المادة الصحفية الخاصة بالمرأة فى الصحف اليومية المصرية ونتائج دراسة القائمات بالإتصال فى هذا المجال عن تناقض واضح يتمثل فى إدراك القائمات بالإتصال لما يجب أن تقوم به صحافة المرأة لدفع المرأة الريفية للمشاركة فى التنمية ، فى الوقت الذى لا ينعكس ذلك فيما تقدمه الأجزاء بالمرأة فى الصحف اليومية والتى يقمن بتحريرها .

فقد ذكرت القائمات بالإتصال اللاتى شملتهن العينة أن صحافة المرأة يجب أن تركز على الموضوعات التالية (مرتبة تنازلياً) :

١- الدعوة إلى تعليم المرأة الريفية ومحو أميتها .
٢- تنظيم الأسرة .
٣- التوسع فى مشروعات تشغيل المرأة الريفية .
٤- التربية السليمة للأبناء .
٥- التوعية الصحية .
٦- تدريب القيادات النسائية .
٧- التوعية السياسية .
٨- الدعوة لعمل المرأة الريفية .
٩- ترشيد الإستهلاك .

فى الوقت نفسه الذى ندر فيه إهتمام الأجزاء الخاصة بالمرأة فى الصحف اليومية بموضوع محو الأمية وتعليم المرأة (لم تزد تكرارات تناول هذا الموضوع عن ثلاث تكرارات فقط ناقشت هذا الموضوع بشكل عام ، ولم تركز على المرأة الريفية على وجه الخصوص) .

ولم تتناول هذه الصحف موضوع تنظيم الأسرة إلا بتكرارين فقط والشئ نفسه بالنسبة لمشروعات تشغيل المرأة الريفية وتدريب القيادات النسائية وترشيد الإستهلاك بل لم تتناول هذه الصحف موضوع التوعية السياسية للمرأة إطلاقاً .

وإن كان من الإنصاف أن نذكر لهذه الصحف إهتمامها بموضوع تربية الأبناء ورعايتهم إذ يبلغ حجم إهتمام الصحف اليومية بهذه القضية ٣٧,٢٪ من حجم إهتمامها بقضايا المرأة المصرية والأسرة . كذلك الإهتمام بصحة الأسرة والتوعية الصحية إذ بلغ حجم معالجتها ٢٤٪ من إجمالى تناولها لقضايا المرأة المصرية .

(١٢) تكشف كل من الدراسة التحليلية ودراسة القائمين بالإتصال أن اغلب القائمين بالإتصال فى مجال تحرير المواد الصحفية الخاصة بالمرأة فى الصحف اليومية هن من المحررات ، وربما يرجع ذلك إلى أن النساء أكثر ميلاً للعمل فى هذا المجال من الرجال

لإتصاله بإهتماتمهن الخاصة ، وقد يعود أيضاً إلى إعتقاد القيادات الصحفية والقائمين على إدارة هذه الصحف بأن المرأة أقدر على هذه المهام الصحفية من المحررين الرجال .

وقد أظهرت الدراسة الخاصة بالقائمات بالإتصال أن معظمهن من مواليد القاهرة وأن الغالبية منهن ليست لهن جذور وأصول ريفية ، وقد يفسر هذا إلى حد ما ضعف إتجاههن للإقتراب من قضايا الريف ووعيهن بأهمية معالجة قضاياه .

كما أكدت هذه الدراسة أن المحررات مؤهلات بشكل جيد فثلثهن حاصلات على مؤهل جامعي فى الصحافة والإعلام ، وكلهن حاصلات على مؤهل جامعى سواء فى الصحافة أو غيرها (الحقوق ، التجارة ، العلوم ...) غير أن أغلبهن لم تتح له فرصة للتدريب فى مجال عمله رغم إيمانهن بأهمية ذلك وأن أتيح لمعظمهن (٩٥٪) المشاركة فى مؤتمرات تتناول قضايا المرأة ومشكلاتها .

وكشفت الدراسة عن نتيجة على درجة من الأهمية ، وهى إعتراف غالبيتهن (٧٢ من إجمالى العينة) أنهن إلتحقن للعمل فى صحفهن عن طريق العلاقات الشخصية، أما التى تقدمن للعمل دون (واسطة) فلم تزد نسبتهن عن ٢٨٪ معظمهم من خريجات قسم الصحافة وكلية الإعلام وخطورة ذلك أن هذه الفئة من المؤمنات بالعمل فى هذه الأقسام والمتحمسات لهذا العمل ، وهذه مسألة مهمة فى مستوى أدائهن لهذه المهمة الصحفية ذات الرسالة الإجتماعية .

ويظهر من البحث أيضاً ندرة تخصيص مراسلين داخليين (فى المحافظات والقرى) أو خارجيين (خارج مصر) لتغطية أخبار المرأة خارج القاهرة ومعالجة قضاياها .

وتجدر الإشارة إلى أن هذه ظاهرة عامة فى الصحافة المصرية إذ يمكن القول بشكل عام أن عدد مراسلى الصحف خارج القاهرة خاصة فى الأقاليم والقرى المصرية محدودة للغاية ، وهذا يؤثر بالتأكيد على التغطية الصحفية لما يحدث فى هذه المحافظات والقرى كماً ونوعاً .

(١٣) من النتائج الإيجابية التى كشفت عنها الدراسة التحليلية للأجزاء الخاصة بالمرأة فى الصحف المصرية اليومية الإعتماد بنسبة كبيرة على المتخصصات والمتخصصين كمصادر للمادة الصحفية الخاصة بالمرأة ، وإن كان من المآخذ التى ينبغى علاجها ضعف نسبة الإعتماد على القارئات والقراء كمصادر لهذه المادة الصحفية ، وإن كانت جريدة "

الأخبار " تمثل إستثناءاً فى هذا المجال فقد ظهر من التحليل أن نصف المصادر التى إعتمدت عليها هذه الجريدة فى معالجة الموضوعات الخاصة بالمرأة والتنمية كن من القارئات ، وهذا إتجاه طيب منها .

(١٤) كشف التحليل أيضاً أن الصحف اليومية تميل إلى الإكتفاء بمعالجة الموضوعات الخاصة بالمرأة معالجة تقريرية وتسجيلية والإكتفاء بسرد المعلومات أى التوقف عند مستوى المعالجة المجردة (وهى معالجة قاصرة) من خلال إستخدامها أشكال المواد الإخبارية بنسبة كبيرة ، وظهر هذا فى معالجتها لقضايا المرأة والأسرة ، أما بالنسبة للموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية فقد كانت أشكال مواد الخدمات هى الغالب إستخدامها خاصة الموضوع الصحفى الخدمى . وتلى ذلك الإتجاه نحو المعالجة التفسيرية خاصة من خلال إستخدام الحديث الصحفى .

وبلغت نسبة هذا النوع من المعالجة (أى سرد الخلفيات لحدث أو موضوع ما)

فى الصحف اليومية ككل ١٩٪ ، وإرتفعت هذه النسبة فى " الوفد " وحدها لتصل إلى ٦٢,٩٪ من إجمالى ما نشرته ، فى حين بلغت هذه النسبة أدناها فى كل من " الأخبار " و " الأهرام " لتصل إلى ٥,٤٪ ، ٥,٦٪ من إجمالى معالجتهم عل الترتيب .

ويلاحظ إنخفاض نسبة إستخدام مواد الرأى (الأعمدة الصحفية ، المقالات الموقعة ..) فضلاً عن محدودية الإستعانة برسائل القراء ، وإقتصر هذا على صحيفة "الجمهورية "وحدها.

ويتضح من هنا عدم حرص هذه الصحف نسبياً على طرح الرأى ووجهات النظر حول قضايا المرأة ، وعدم إفساح الفرص الكافية أمام القارئات للتعبير عن آرائهن وطرح مشاكلهن وقضاياهن ؟

(١٥) ظهر من التحليل الكيفى لمعالجة الصحف اليومية للموضوعات الخاصة بالمرأة أن هذه الصحف تميل إلى المعالجة المحايدة لهذه الموضوعات (أيعدم التدخل برأى واضح أو معلن) وبلغت نسبة هذا الإتجاه ٥٣,٨٪ ، وهذا الإتجاه يعكس سلبية هذه الصحف وعجزها عن تبنى موقف معين أو الدفاع عن إتجاه معين أو التصدى بشجاعة كافية للمشاكل التى تواجه المرأة .

كما ظهر إتجاه واضح نحو المعالجة المتحيزة لبعض القضايا (أى التدخل برأى واضح وعرض وجهة نظر واحدة غالباً ما يحبذها القائم بالإتصال) إذ بلغت نسبة هذا الإتجاه

٢٣,٣٪ ككل ، وهو إتجاه سلبى أيضاً يحاول فرض وجهة نظر معينة على القراء دون طرح وجهات النظر الأخرى حتى يتسنى للقراء التقييم والحكم وتحبيذ وجهة معينة .

أما المعالجات المتوازنة (أى التى تعرض كل وجهات النظر وقد يكون من بينها وجهة نظر المحرر (أو القائم بالإتصال) فقد بلغت ٢٢,٩٪ من إجمالى الصحف اليومية .

وظهر من التحليل أيضاً أن نسبة كبيرة من الموضوعات الصحفية التى نشرت بالصحف اليومية لتعالج أو تناقش قضية أو مشكلة ما إكتفت بعرض مظاهر هذه المشكلة (٣٥,٣٪ من الإجمالى) .وإتجهت بعض المعالجات لطرح بعض الحلول بهذه المشاكل أو القضايا بنسبة ٢٤,٤٪، وإكتفت بعضها بعرض أسباب المشكلة بنسبة ٨٪ من إجمالى ما نشر.

أما الإتجاه نحو التركيز على أكثر من زاوية ما سبق . وهو أفضل أساليب المعالجة فقد بلغت نسبة ظهوره ٣٢,٣٪ من إجمالى ما قدم خاصة فى جريدة "الجمهورية" إذ بلغت نسبة ذلك ٧٧,٣٪ من إجمالى ما قدمته .

ومن الملاحظات الجديرة بالإشارة فى هذا المجال أن نسبة مما قدمته الصحف اليومية غلب عليه طابع المجاملة كأخبار التهانى والأخبار الشخصية لبعض السيدات العائدات من السفر أو رائدات الجمعيات النسائية أو الخيرية ، دون مناقشة مشاكل بينها.

كما أن بعض الأعمدة الصحفية التى تقدم فى صفحات المرأة وخاصة تلك التى تتناول قضايا عاطفية غالباً لم تتطرق لمشكلة بذاتها بقدر إهتمام كتابها بالبلاغة الأدبية .

وبالنسبة لمواد الرأى (كالمقالات والأحاديث والتحقيقات والتقارير) فقد إتجهت للبرهنة والإقناع بوسائل مختلفة ، وكانت أبرز هذه البراهين من حيث حجم الإستخدام برهان المنفعة الذاتية (أى للتركيز على الفوائد والمصالح التى تتحقق للجمهور القارئ فى حالة تبينه وجهة نظر المحرر أو القائم بالإتصال .

أما البرهان العقلى (الذى يستند على الحقائق والأرقام والإحصائيات والبيانات والوثائق) فجاء فى الترتيب الثانى، وإن لوحظ إرتفاع نسبة إستخدامه فى جريدة " الجمهورية " ليصل إلى ما يقرب من ٦٠٪ من إجمالى البراهين التى إستندت إليها .

وإستخدمت أنواع البراهين الأخرى (العرف الإجتماعى ، البرهان الدينى والتاريخى) بنسبة قليلة .

(١٦) تكشف كل الدراسة التحليلية للأجزاء الخاصة بالمرأة في الصحف اليومية شكلاً ومضموناً ، ودراسة القائمات بالإتصال أن الموضوعات التى تتعلق بالمرأة لا تحظى بالإهتمام الكافى من جانب القيادات الصحفية ، وقد إتضح هذا من المساحة المحدودة وغير المستقرة التى تخصص للأجزاء الخاصة بالمرأة فى هذه الصحف . وهى مشكلة طرحتها القائمات بالإتصال على رأس قائمة المشكلات التى تواجههن .

ومن مظاهر ذلك أيضاً ندرة ما نشر متعلقاً بالمرأة فى الصفحتين الأولى والأخيرة من هذه الصحف ، مع ما هو معروف من أهمية لهاتين الصفحتين والتى تخصص عادة للمواد الصحفية الأكثر أهمية من وجهة النظر الصحفية .

وكان الإستثناء الوحيد فى جريدة " الأهرام " إذ نشرت بعض هذه المواد فى هاتين الصفحتين ، ولكنها كانت جميعاً عبارة عن إعلانات مدفوعة الثمن عن أزياء وأدوات للتجميل.

(١٧) بالنسبة لسمات الجمهور المستهدف بالمضمون الخاص بالمرأة فقد ظهر أن نسبة كبيرة من هذا المضمون إستهدف المرأة : بصفة عامة دون تحديد قطاع أو فئة معينة من النساء .

كما أن المرأة الحضرية إستحوذت على نسبة كبيرة أيضاً من هذا المضمون خاصة تلك التى تنتمى إلى الشرائح المتوسطة والعليا فى المناطق الحضرية أما المرأة الريفية فكان نصيبها محدوداً للغاية فمعظم أخبار المرأة فى هذه الصحف هى أخبار نجوم المجتمع وسيدات نوادي الليونز والروتارى ونسبة كبيرة من إهتمامات المرأة كما تعكسها هذه الصحف هى متابعة أحداث الموضات وآخر صيحات الأزياء . وما الذى يناسب الصباح منها . وماذا تلبس فى فترة الظهيرة أو فى السهرة من فساتين وإكسسورات ، كذلك الإهتمام بقوام المرأة وجمالها وجراحات التجميل والرجيم .

ولا تهتم هذه الصحف بالقدر الكافى بإحتياجات المرأة العاملة وإهتماماتها وكذلك المرأة الريفية .

كما تركز هذه الصحف على مخاطبة المرأة فى فئة عمرية معينة هى سن النضوج والشباب ، وأغلب هذه الصحف لا تهتم بالفتاة فى سن المراهقة وإن كانت جريدة " الجمهورية " وحدها هى التى إهتمت بمعالجة بعض ما يهم هذه المرحلة العمرية .

ومن الأمور الملفتة أن أيا من هذه الصحف لم تهتم إطلاقا بالمرأة كبيرة السن أى التى تجاوزت مرحلة النضوج رغم وجود إهتمامات خاصة بهذه المرحلة العمرية .

(١٨) يلاحظ أن الإتجاه المسيطر على معالجات الصحف للمرأة يميل إلى النظر إليها كأنثى وليس كإنسان يرتبط بمشكلات مجتمعية ويسهم فى تنميته ، و أنها تظهر المرأة على أنها سطحية تهتم بالمظاهر والشكليات ، وتنعكس هذه النظرة فى نوعية الموضوعات التى يتم معالجتها والتى تركز على الحديث عن الموضة والتقليعات وشكل المرأة وزينتها واناقتها ، وتدعيم قيمة الجمال .

وإن ظهرت فى بعض المضامين قيمة التنمية ، وكان ذلك بشكل أكبر فى جريدة " الجمهورية " .

وتبدو هذه النظرة أيضاً فى تصور القائمات بالإتصال عن المرأة إذ أن صورة المرأة عند نسبة لا بأس بها منهن (٣٠٪) أنها كائن سلبى وغير قادر على إتخاذ القرارات ، وأنها سطحية مسرفة بنسبة ٦٪ وتشكل عائقاً أمام التنمية بنسبة ٤٪ وأنها عاطفية بنسبة ٢١٪ ونكدية بنسبة ٤٪ .

ولم تزد نسبة من طرحن صورة إيجابية للمرأة عن ٣٢٪ منهن إذ رأى هؤلاء أن المرأة نشطة تقوم بأعمال مفيدة لمجتمعها .

وتبدو الصورة أبشع بالنسبة للمرأة الريفية ، فمحررة باب المرأة فى جريدة "الوفد" تراها جاهلة متخلفة عبدة للرجل ، والمحررات فى صحيفة " الأهرام " يطرحن بعض الملامح التى يرونها تمثلها فهى مغلوبة على أمرها مطحونة ليس لها حقوق ، رغم أنها فى رأى بعضهن منتجة ومشاركة فى التنمية ولكنها كائن سلبى .

وترى المحررات فى جريدة " الأخبار " أنها تعمل فى صمت .

وتبدو صوراً متناقضة عنها بين المحررات فى جريدة " الجمهورية " إذ يراها بعضهن مغلوبة على أمرها تتحكم فيها عادات موروثة وتعانى من الأمية والمرض، صبورة وقليلة الحيلة ، تتعلم من أجل العمل والمال فقط ، وتراها بعض المحررات الأخريات أحد أعمدة الأسرة وإن كان ينقصها التوعية وهى نشيطة عن المرأة الحضرية تدير دفة التنمية إلى جانب الرجل .

ورغم هذا التناقض الواضح غير أن صورة المرأة الريفية لدى القائمات بالإتصال يغلب عليها سمات العنف والسلبية والجهل ، وأن المرأة الريفية مغلوبة على أمرها تعانى من تسلط الرجل .

(١٩) لما كان البحث يسعى لتحديد مدى إهتمامات المضمون المقدم بقضايا المرأة غير المصرية أيضاً فى مختلف دول العالم ، فقد كشف التحليل أن المرأة فى الدول المتقدمة كانت أكثر قطاعات المرأة فى العالم من حيث تناول الصحف اليومية لقضاياها والموضوعات المتعلقة بها بنسبة ٤٣,٤٪ من إجمالى تناولها لقضايا المراة فى العالم .
ويلاحظ أن ما نشر فى هذا المجال لم يتناول قضايا جادة إلا فيما ندر بل ركز على بعض المعلومات المثيرة أو المتصلة بمشاهير النساء مثل سارة زوجة أندرو أو الأميرة ديانا والمشاكل بينها وبين تشارلز أو أتينا أوناسيس أغنى طفلة فى العالم أو قصة أغرب توأم عاشا فى جسد واحد لمدة ٤٠ سنة .
وتلى ذلك الموضوعات الخاصة بالمرأة فى الدول النامية بنسبة ١٩,٢٪ من إجمالى ما قدم حول المرأة فى العالم ، ومن ذلك بعض النماذج النسائية الناجحة فى بعض الدول النامية كالمرأة الهندية والمرأة الموزمبيقية . وبلغت ما نشر عن المرأة فى الدول الإسلامية ١١,٥٪ من ذلك ما نشر حول دور المرأة فى البوسنة والهرسك ، والمؤتمر الدولى عن صحة الأم فى ٢٥ دولة إسلامية .

أما المرأة العربية فلم تنل سوى إهتمام محدود لم يتجاوز ٧,٧٪ من إجمالى الإهتمام بقضايا المرأة فى العالم .

ويلاحظ أن هذا الترتيب لإهتمامات الصحف اليومية بقطاعات المرأة فى العالم لا يعكس الترتيب الواقع لدوائر إنتماءات المرأة المصرية كمرأة عربية مسلمة تنتمى لدول العالم الثالث .

(٢٠) تناولت الأجزاء الخاصة بالمرأة فى الصحف اليومية أيضاً بعض الموضوعات العامة التى لا تتعلق بالمرأة فقط ، وكانت أكثر هذه الموضوعات تتعلق بالعلوم والبحث العلمى وإكتشافاته وإبتكاراته فى كافة المجالات بنسبة ٢٦,٨٪ من إجمالى ما تناولته من موضوعات عامة ، وتلى ذلك الموضوعات الخاصة بالخدمات مثل السكان ، المواصلات ، المياه ، الصرف الصحى ، التعليم ، الصحة والدواء بنسبة ١٩,٦٪ من إجمالى ما تناولته من موضوعات عامة ، ثم الموضوعات الخاصة بالإقتصاد بنسبة ١٧,٢٪ ، ثم الموضوعات الخاصة بالسياسة الداخلية بنسبة ١٢,٢٪، ثم الإهتمامات الإنسانية بنسبة ٤,٨٪ من إجمالى ما تناولته من موضوعات عامة .

وورد موضوع واحد فى كل من السياسة الخارجية ، البيئة ، الفن ، الرياضة.

ثانياً : الجرائد المصرية الأسبوعية وقضايا المرأة والتنمية في الريف المصرى :

إتضح من البحث ما يلى :

(١) إن الإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية كانت أكثر القضايا التى عالجتها الجريدتان الأسبوعيتان (أخبار اليوم ، التعاون) بنسبة ٣٠,٨٪ من إجمالى إهتمامها بكل قضايا المرأة المصرية ، وإن ظهر أن إرتفاع نسبة ذلك يرجع إلى الإهتمام الكبير من صحيفة " أخبار اليوم " بهذه القضايا التى زادت عن ثلث إهتمامها بكل قضايا المرأة المصرية (٣٣,٨٪) فى حين بلغت نسبة ذلك ٢٦,٥٪ فى جريدة "التعاون" من إجمالى ما تناولته كل منهما .

(٢) جاءت قضايا المرأة المصرية والتنمية فى الترتيب الثانى من حيث حجم إهتمام الصحف الأسبوعية عامة (٢٤,٢٪ من إجمالى إهتمامها) وإن شكلت جريدة " التعاون " ٣٨,٨٪ من إجمالى إهتمامها بكل قضايا المرأة وإهتماماتها ولم تتجاوز فى جريدة " أخبار اليوم " ١٤,١٪ .

(٣) بلغ حجم الإهتمام بقضايا المرأة المصرية والأسرة ١٥٪ ، ويلاحظ إرتفاع نسبة الإهتمام بهذه القضايا نسبياً فى جريدة " التعاون " عنها فى جريدة "أخبار اليوم" (١٨,٤٪ مقابل ١٢,٧٪ على الترتيب) .

(٤) ظهر من التحليل محدودية الإهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية إذ بلغ حجم الإهتمام بقضاياها فى الجرائد الأسبوعية ككل ٩,٥٪ من إجمالى الإهتمام بكل قضايا المرأة المصرية لكافة قطاعاتها ، وعلى الرغم من أن جمهور " التعاون " فى الأساس هم القرويون فى ريف مصر ، إلا أن نسبة إهتمامها بقضايا المرأة المصرية الريفية لم تزد عن ١٢,٢٪ فقط من إجمالى إهتمامها بكل قضايا المرأة المصرية بكافة قطاعاتها ، ولم تتجاوز نسبة ذلك فى جريدة " أخبار اليوم " ٧٪ فقط.

وكان حجم الإهتمام بقضايا المرأة المصرية الحضرية ٣٨,١٪ من إجمالى إهتمام الجريدتين ، وإن كان من الملاحظ أن حجم إهتمام جريدة " التعاون " بالمرأة المصرية الحضرية كان محدوداً للغاية فلم يزد عن ٢,٤٪ ، فقد وجهت الجريدة معظم إهتمامها إلى قضايا المرأة المصرية بصفة عامة دون تحديد قطاع معين وذلك بنسبة ٧٨,٧٪ من إجمالى

إهتمامها بكل قطاعات المرأة المصرية ، فى حين بلغت نسبة ذلك فى جريدة " أخبار اليوم " ٢٠,٩٪ من إجمالى إهتمامها بكل قطاعات المرأة المصرية .

ولم تنل المرأة البدوية أى إهتمام من الصحيفتين خلال فترة التحليل .

(٥) بلغ حجم الإهتمام بقضايا المرأة الريفية والتنمية ٢٤,١٪ من إجمالى الإهتمام بقضايا المرأة الريفية والتنمية عامة ، ولم تتجاوز نسبة الإهتمام بقضايا المرأة الريفية والأسرة ٥,٦٪ من إجمالى الإهتمام بقضايا المرأة المصرية والأسرة ككل ، وفيما يتصل بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية فقد تركز أغلبه على ما يهم المراة الحضرية .

(٦) كان موضوع " تنظيم الأسرة " وما يتصل به من تنظيم حجم الأسرة والمباعدة بين مرات الحمل ودور المرأة فى ذلك هو أكثر الموضوعات التى إهتمت بها الجرائد الأسبوعية فى إطار إهتمامها بقضايا المرأة المصرية والتنمية بنسبة ٣١٪ ، وإن تركز ذلك فى جريدة " التعاون " إذ شكل الحديث عن تنظيم الأسرة فى هذه الجريدة ٨٨,٩٪ من إجمالى الحديث عن هذا الموضوع فى الجريدتين معاً .

وتلى ذلك بفارق كبير موضوعان هما " محو الأمية وتعليم المرأة " و " عمل المرأة" وجاءت بعد ذلك عدة موضوعات بنسبة ٧٪ لكل منهم وهى :

دور المرأة فى الإنتاج (تناولته صحيفة التعاون وحدها) ، ترشيد أنماط الإستهلاك العائلى (تناولته أخبار اليوم وحدها) ، مقاومة بعض العادات الإجتماعية المعوقة للتنمية وتناولته جريدة " التعاون " وحدها .

وهناك عدة موضوعات وردت بتكرار واحد لكل منها وهى : تشجيع المرأة على الإبداع ، إكساب المرأة بعض المهارات ، ثقافة المرأة أما الموضوعات التى لم يتم تناولها إطلاقاً عند تناول قضايا المرأة المصرية والتنمية فهى :

* نشر الوعى السياسى لدى المرأة .
* تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية .
* تشجيع المرأة على المشاركة فى العمل النقابى .
* الجمعيات والتنظيمات النسائية .
* عمالة الأطفال .

وكانت أكثر الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية والأسرة تناولاً فى الجرائد الأسبوعية هى موضوع " صحة الأسرة ونظام الغذاء كماً وكيفاً " بنسبة ٧٢,٢٪ من إجمالى ما تناولته الصحف الأسبوعية فيما يتعلق بالمرأة والأسرة ، وجاء بعد ذلك موضوع " تربية الأبناء " بنسبة ٢٢,٢٪ من إجمالى إهتمامها بقضايا المرأة المصرية والأسرة ، وورد موضوع " العلاقات الزوجية " مرة واحدة فقط فى جريدة "التعاون".

ولم تتناول الصحف الأسبوعية الكثير من الموضوعات الخاصة بقضايا المرأة المصرية والأسرة رغم أهميتها وهى : المساواة بين الجنسين وتغيير النظرة للبنت على أنها أقل من الولد ، الزواج المبكر ، رعاية أبناء المراة العاملة ومشكلة دور الحضانة ، التشريعات الخاصة بالاحوال الشخصية ، الآثار المترتبة على تعدد الزوجات ، الآثار المترتبة على مشكلة الطلاق، الحفاظ على البيئة ، هجرة الأب للعمل بالخارج ، مشاكل الأسرة المصرية المغتربة ، المسنات وأوضاعهن ومدى الحماية المتوفرة لهن ، الميراث ، تزويج الفتيات الصغيرات لكبار السن خاصة من مواطنى بلاد النفط .

وفيما يتعلق بالموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية فقد شكلت الموضوعات الخاصة بالتجميل وتصفيف الشعر والمكياج ٣٥,٢٪ من إجمالى هذه المواد أغلبها نشر فى جريدة " أخبار اليوم " بنسبة ٨٤,٦٪ من إجمالى ما نشر حول هذا الموضوع فى الجرائد الأسبوعية .

وجاءت بعد ذلك الموضوعات الخاصة بالأزياء والموضة والاناقة بنسبة ٢٧٪ كلها نشرت فى جريدة " أخبار اليوم " أيضاً ، وتلى ذلك بنسبة متقاربة كل من موضوع (شئون المنزل) ، (شئون المطبخ والطهى) بنسب ١٦,٢٪ ، ١٣,٥٪ على الترتيب من إجمالى ما نشر خاص بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية .

وتناولت الصحف الأسبوعية موضوع (الديكور والاثاث) بنسبة ٥,٤٪ وموضوع (الرجيم والتخسيس) بنسبة ٢,٧٪ ونشر هذين الموضوعين فى جريدة "أخبار اليوم" وحدها .

ولم تتناول الصحف الأسبوعية موضوع (العلاقات العاطفية بين الرجل والمرأة) إطلاقا.

(٧) ظهر من التحليل أن أغلب القائمين بالإتصال فى مجال تحرير المواد الصحفية الخاصة بالمرأة فى الجرائد الأسبوعية هن من المحررات .

وظهر المراسلون الداخليون (فى المحافظات داخل مصر) بنسبة محدودة (تكرار واحد فقط فى جريدة " التعاون " على الرغم من أن هذه الجريدة كما سبق الإشارة هى جريدة متخصصة فى شئون الفلاحين ، وكان ينبغى أن يكون لها مكاتب ومحررين فى كل محافظات مصر وقراها) . ومن النتائج السلبية أيضاً التى كشفت عنه الدراسة التحليلية أن الأجزاء الخاصة بالمرأة فى الجرائد الأسبوعية لا تهتم بالإستعانة بالمتخصصات كمصادر لمادتها الصحفية الخاصة بالمرأة إلا فيما يتعلق ببعض الإهتمامات التقليدية الخاصة بالمرأة ، فى حين إعتمدت إلى حد ما على بعض المتخصصين كمصادر لمادتها الصحفية .

كما أن من المآخذ التى ينبغى علاجها أيضاً أن الصحيفتين لا تهتم إطلاقاً بالإستعانة بالقارئات أو القراء كمصادر لمادتها الصحفية .

(٨) كشف التحليل أيضاً أن الصحف الأسبوعية تميل إلى الإكتفاء بمعالجة الموضوعات الخاصة بالمرأة معالجة تقريرية وتسجيلية والإكتفاء بسرد المعلومات أى التوقف عند مستوى المعالجة المجردة بنسبة ٥١,٥٪ من المواد الصحفية ككل من خلال إستخدامها أشكال المواد الإخبارية بنسبة كبيرة .

ويرتفع هذا فى جريدة " التعاون " ليصل إلى ٥٩,٥٪ من إجمالى ما قدمته فى حين يبلغ فى " أخبار اليوم " ٤٥,٦٪ مما قدمته .

وجاءت بعد ذلك المعالجة التفسيرية إذ بلغت نسبتها فى الجرائد الأسبوعية ككل ٣١,٣٪ وترتفع فى " أخبار اليوم " لتصل إلى ٤١,١٪ ، فى حين تبلغ ١٦,٧٪ فى جريدة " التعاون " بالقياس الإجمالى معالجتها ، أما المعالجة التى تتجه إلى التحليل فبلغت نسبتها ١٧,٢٪ من إجمالى المواد الصحفية التى قدمتها الجرائد الأسبوعية .

(٩) تميزت معالجة الجرائد الأسبوعية للقضايا والموضوعات الخاصة بالمرأة بغلبة الإتجاه المحايد عليها إذ بلغت نسبته ٦٨,٣٪ وبلغت نسبة الإتجاه المتوازن فى معالجة ١٦,٨٪ من إجمالى معالجات الجرائد الأسبوعية ، وإن ظهر أن نسبة هذا الإتجاه كانت أعلى فى " أخبار اليوم " عنها فى " التعاون " (١٩,٣٪ مقابل ١٣,٦٪ على الترتيب) .

أما الإتجاه المتحيز فقد بلغت نسبته فى الجرائد الأسبوعية ككل ١٤,٩٪ وإرتفع فى " أخبار اليوم " إلى ١٧,٥٪ مقابل ١١,٤٪ فى جريدة " التعاون " .

وظهر من التحليل أن نسبة كبيرة من الموضوعات الصحفية التى نشرت بالجرائد الأسبوعية لتعالج أو تناقش قضية أو مشكلة ما ركزت على تناول أكثر من زاوية بنسبة ٣٩,١٪ من إجمالى معالجات الصحف الأسبوعية ، وهذا إتجاه طيب . وتلى ذلك المعالجات التى تكتفى بعرض مظاهر ما إذ بلغت ٣٣,٧٪ من إجمالى هذه المعالجات ، وتلتها المعالجات التى إهتمت بعرض الحلول المطروحة لمشكلة ما ٢٠,٧٪ من إجمالى هذه المعالجات .

وبالنسبة لمواد الرأى فقد إتجهت الجرائد الأسبوعية للبرهنة والتدليل على وجهات النظر التى تطرحها إلى برهان المنفعة الذاتية بشكل أساسى إذ بلغت نسبة الإستناد إلى هذا البرهان ٦٨,٨٪ من إجمالى البراهين المستخدمين .

وجاء بعد ذلك البرهان العقلى بنسبة ٢١,٣٪ أما البراهين الأخرى فقد إستخدمت بنسب قليلة إلى حد ما ، وهى برهان العرف الإجتماعى ، البرهان التاريخى ، البرهان الدينى .

(١٠) أن الموضوعات التى تتعلق بالمرأة لا تحظى بالإهتمام الكافى من جانب القيادات الصحفية ، ومن مظاهر ذلك ندرة ما نشر يتعلق بالمرأة فى الصفحتين الأولى والأخيرة من هذه الصحف .

فلم تنشر أية مواد خاصة بالمرأة فى هاتين الصفحتين إلا مادة واحدة نشرت فى الصفحة الأولى من " أخبار اليوم " وكانت خبراً حول عقد السيدة سوزان مبارك إجتماعاً للجنة العليا لمهرجان القراءة للجميع الذى يخصص هذا العام لطفل القرية .

(١١) بالنسبة لسمات الجمهور المستهدف بالمضمون الخاص بالمرأة فقد ظهر أن نسبة كبيرة من هذا المضمون إستهدف المرأة بصفة عامة دون تحديد قطاع أو فئة معينة من النساء.

وإستحوذت المرأة الحضرية على غالبية إهتمام المضمون ، وكاد الإهتمام بالمرأة الريفية أن يكون معدوماً .

كما تركز إهتمام هذه الصحف على مخاطبة المرأة الشابة الناضجة وإن نشرت " أخبار اليوم " بعض الموضوعات الخاصة بالفتاة فى سن المراهقة غير أن الصحيفتين لم تهتما إطلاقا بأية موضوعات خاصة بالمرأة كبيرة السن التى تجاوزت مرحلة النضوج .

(١٢) يلاحظ أن صحيفة " أخبار اليوم " تركز أساساً على مخاطبة المرأة كأنثى ويظهر هذا من مضمونها الذى يغلب عليه تناول ما يتعلق بتجميل المرأة والموضة والماكياج وأحدث تسريحات الشعر ، وكيفية معالجة التجاعيد ، وكيف تحافظ المرأة على رشاقة يديها ، والبنطلون الإستريتش .. وغير ذلك . ويركز هذا المضمون على ما يهم نساء المدن من الطبقات الإجتماعية العليا .

وتختلف الصورة إلى حد ما بالنسبة لصحيفة " التعاون " الموجهة أساساً للريفيين، وإن كان إهتمامها بالمرأة والطفل فى الريف لا يتسم بالإستمرارية بل أنه يظهر فى بعض الأعداد دون أعداد أخرى .

(١٣) تناولت جريدة " أخبار اليوم " وحدها فى بعض موادها بعض قضايا المرأة فى العالم ، وإستأثرت المرأة فى الدول المتقدمة بغالبية إهتمام الجريدة بنسبة ٨٥,٧٪ من إجمالى إهتمامها بقضايا المرأة فى العام . وغلب على هذه المواد طابع الإثارة والإهتمام بمتابعة أخبار النساء الشهيرات ، ومن ذلك الأميرة ديانا وخلافاتها مع زوجها الأمير تشارلز وإبنة الرئيس الأمريكى السابق بوش وزوجته بربارا .. وغير ذلك ونشرت الصحيفة موضوعين فقط يتعلقان بالمرأة العربية ، الأول عن سهى عرفات زوجة الرئيس الفلسطينى ياسر عرفات، والثانى حول الشيخة فاطمة حرم الشيخ زايد آل نهيان رئيس دولة الإمارات العربية المتحدة.

ولم تنشر أية مادة صحفية تتعلق بالمرأة فى الدول النامية أو فى الدول الإسلامية.

(١٤) أما الموضوعات العامة التى عالجتها الجرائد الاسبوعية غير ما يتصل مباشرة بقضايا المرأة المصرية أو المرأة فى العالم فتركزت على الحوادث والجرائم التى ترتكبها النساء ، وبلغت نسبة هذه الموضوعات ٤٠,٩٪ من إجمالى الموضوعات العامة ، وتركزت المواد الصحفية الخاصة بجرائم المرأة فى جريدة "أخبار اليوم" ، وتلى ذلك الموضوعات الخاصة بالخدمات العامة أو الجماعية (تخص جماعة أو منطقة أو حى بعينه) أو الشخصية (تخص فرد أو شخص بالذات أو اسرته) بنسبة ٣٦,٤٪وتركزت كلها فى صحيفة " التعاون" .

ثم الموضوعات الخاصة بالفن بنسبة ٢٢,٧٪ من أجمالى الموضوعات العامة وتركزت فى صحيفة " أخبار اليوم " .

ثالثاً – المجلات المصرية الأسبوعية العامة

وقضايا المرأة والتنمية فى الريف المصرى :

إتضح من البحث ما يلى :

(١) أن الإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية كانت أكثر الموضوعات التى إهتمت بها المجلات الأسبوعية العامة فى إطار إهتمامها بالمرأة المصرية (٦٨,٨٪ من إجمالى إهتمامها بقضايا المرأة المصرية) وإن شكلت هذه الإهتمامات الترتيب الثانى فى إهتمام هذه المجلات بقضايا المرأة عامة إذ بلغ حجم الإهتمام بها ٢١,٥٪ من إجمالى إهتمام هذه المجلات بقضايا المرأة عامة .

وجاء الترتيب الأول لإهتمام الأجزاء الخاصة بالمرأة فى هذه المجلات بعض القضايا العامة التى تهم المرأة والرجل معاً .

وكانت نسبة تناول الموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة أعلى فى مجلة " أكتوبر " عنها فى مجلة " صباح الخير " (٢٧,٢٪ مقابل ١٨,٤٪ من إجمالى إهتمامات كل منهما) .

وجاءت قضايا المرأة المصرية والأسرة فى الترتيب الثانى من حجم إهتمام المجلات الأسبوعية العامة بقضايا المرأة المصرية بنسبة ٢٢,٥٪ .

وإن جاءت فى الترتيب الرابع من إجمالى إهتمامها بكل قضايا المرأة بنسبة ٧,١٪ ويلاحظ إرتفاع نسبة إهتمام مجلة " صباح الخير " بهذه الموضوعات بالقياس لإجمالى إهتمامها بكل الموضوعات ٩,٢٪ مقابل ٣,٣٪ فقط فى مجلة " أكتوبر " .

(٢) ظهر من التحليل ضآلة إهتمام المجلات الأسبوعية العامة التى تم تحليلها بقضايا المرأة المصرية والتنمية فلم تزد نسبتها عن ٨,٨٪ من إجمالى إهتمامها بقضايا المرأة المصرية ، وجاءت هذه القضايا فى مؤخرة إهتمام هذه المجلات بقضايا المرأة بصفة عامة ، ولم تزد نسبتها عن ٢,٨٪ من إجمالى إهتمامها بقضايا المرأة وإنفردت مجلة " صباح الخير " وحدها بتناول هذه الموضوعات ، ولم تتناولها مجلة " أكتوبر " إطلاقاً .

(٣) ظهر من التحليل عدم الإهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية كلية فى المجلات الأسبوعية العامة ، فى حين وصل حجم الإهتمام بقضايا المرأة الحضرية وحدها ٩٧,٥٪ من

إجمالى الإهتمام بقطاعات المرأة المصرية ، وكانت نسبة الإهتمام بقطاعات المرأة المصرية بصفة عامة دون تحديد قطاع بعينه فى هذه المجلات ٢,٥٪ من إجمالى الإهتمام بقطاعات المرأة المصرية كلها ، كما كان الإهتمام بالمرأة المصرية البدوية معدوماً تماماً .

(٤) كان موضوع " عمل المرأة خارج المنزل " هو أكثر الموضوعات التى إهتمت بها مجلة " صباح الخير " (*) بنسبة ٥٧,١٪ من إجمالى إهتمامها بقضايا المرأة المصرية والتنمية .

ونشرت المجلة موضوعاً واحداً حول " محو أمية المرأة وتعلمها " ، وموضوعاً آخر حول " إدارة المنزل وتخطيط ميزانية الأسرة " وموضوعاً ثالثاً حول " تشجيع المرأة على الإبداع فى كل المجالات " .

وفيما عدا الموضوعات السابقة لم تتناول المجلة أية موضوعات أخرى تتصل بالمرأة المصرية والتنمية مثل : دور المرأة فى الإنتاج ، تنظيم الأسرة ، ترشيد أنماط الإستهلاك العائلى ، مقاومة بعض العادات الإجتماعية المعوقة للتنمية ، نشر الوعى السياسى لدى المرأة وتشجيعها على ممارسة حقوقها السياسية ، والمشاركة فى العمل النقابى وكذلك ما يتعلق بالتنظيمات النسائية وإكساب المرأة بعض المهارات ، ثقافة المرأة ، عمالة الأطفال . وكانت أكثر الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية والأسرة تناولاً فى المجلات الأسبوعية هو موضوع " العلاقات الزوجية " بنسبة ٦٦,٦٪ من إجمالى الإهتمام بقضايا المرأة المصرية والأسرة .

وجاء بعد ذلك وبفروق نسبية كبيرة موضوعا " الزواج المبكر " و " التشريعات الخاصة بالأحوال الشخصية " بنسبة ١١,١٪ لكل منهما من إجمالى الموضوعات التى تتناول المرأة والأسرة ، وقد إقتصر تناول هذين الموضوعين على مجلة " صباح الخير" وحدها فلم تتناولها مجلة " أكتوبر " إطلاقاً .

كما تناولت مجلة " صباح الخير " وحدها أيضاً موضوعى "العلاقات الأسرية"، " الحفاظ على البيئة " بتكرار واحد لكل منهما .

وفيما عدا الموضوعات السابقة لم تتناول أيا من المجلتين القضايا الأخرى الخاصة بالمرأة المصرية والأسرة مثل " المساواة بين الجنسين " ، " تربية الأبناء ورعايتهم وخاصة أبناء المرأة العاملة " ، الآثار المترتبة على تعدد الزوجات والطلاق ، " صحة الأسرة ونظام

الغذاء كماً وكيفاً " ، "هجرة الأب للعمل بالخارج"، " مشاكل الأسرة المغتربة " ، " المسنات " ، " الميراث " ، تزويج الفتيات الصغيرات لكبار السن خاصة من مواطنى بلاد النفط " .

وإن كانت مجلة " صباح الخير " قد تناولت موضوعاً مهماً يتعلق بالمشاكل التى تعانى منها النساء اللاتى يصبحن أرامل وهن صغيرات لم يتجاوزن العشرين وموقف المجتمع منهن ونظرته لهن .

وكانت الموضوعات الخاصة بالعلاقات العاطفية أكثر الموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية من حيث نسبة تناولها (٥٤,٦٪) وكانت هذه الموضوعات هى الوحيدة التى تتناولها " صباح الخير " فى إطار الإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية، وإن لم تتناولها إطلاقاً مجلة " أكتوبر " وتلى ذلك موضوع " الأزياء والموضة والأناقة " بفارق كبير نسبياً إذ بلغ حجم الإهتمام به ٢٩,١٪ من إجمالى تناول الموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية وتركز ذلك فى مجلة "أكتوبر" وحدها .

وجاءت بعد ذلك الموضوعات الخاصة بالتجميل وتصفيف الشعر والمكياج بنسبة ١٢,٧٪ ، وفى مجلة " أكتوبر " وحدها أيضاً .

ونشر موضوعاً واحداً يتعلق بالديكور والأثاث .

ولم تنشر أياً من المجلتين خلال فترة التحليل أية مادة صحفية تتعلق بالموضوعات الخاصة بشئون المطبخ والطهى ، وشئون المنزل ، والرجيم والتخسيس .

(٥) رغم أن نتائج الدراسة التحليلية أوضحت أن مجلة " أكتوبر " لم تنشر أى موضوع خلال فترة التحليل يتعلق بالمرأة والتنمية أو المرأة الريفية غير أن محررة الجزء الخاص بالمرأة فى المجلة أشارت إلى أنها تهتم بالمرأة الريفية وأنها سبق وسافرت إلى الريف ، وعالجت بناء على بعض الموضوعات الخاصة بالمرأة فى الريف وهى موضوعى " محور الأمية " و " تنظيم الأسرة "(*) .

وذكرت المحررة أنها لا تواجه أية مشاكل فى عملها ، وأن رئيس التحرير نادراً ما يتدخل فيما تكتبه أو تختاره أو تنشره من موضوعات ، أما الموضوعات التى ذكرت أنها

(*) لا نستطيع الجزم بصحة ما ذكرته المحررة ، وربما يكون هذا قد نشر فى أعداد سابقة لم تدخل فى إطار الاعداد التى خضعت للتحليل من المجلة ، غير أن الشئ المؤكد أنه على مدى ثلاثة شهور وهى فترة ليست قصيرة شملها التحليل لم تنشر أية مادة تتعلق بذلك .

تستبعدها فهى الموضوعات الحساسة التى تتعارض مع العادات والتقاليد مثل العلاقة الزوجية الحميمة ومشاكل المرأة والرجل فى هذا المجال .

وهذا الإعتراف بالمسئولية شبه الكاملة عما ينشر من جانب محررة الجزء الخاص بالمرأة فى مجلة " أكتوبر " يجعلنا نتساءل : لماذا إذا رغم إدراكها للدور المرأة الريفية وأهمية إدماجها فى عملية التنمية لا ينعكس هذا الإهتمام بالشكل المأمول فى معالجتها لقضايا المرأة على صفحات مجلتها ؟

وتجدر الإشارة هنا إلى المحررة نفسها ذكرت أنها ترى ضرورة أن تهتم صحافة المرأة بمعالجة قضيتى " التوسع فى مشروعات تشغيل المرأة الريفية " و"تعليم المرأة الريفية ومحو أميتها " فى الوقت الذى لم ينشر فى الجزء الخاص بالمرأة الذى تقوم بتحريره طيلة فترة العينة ثلاثة شهور وهى ليست قصيرة أية مادة خاصة بالمرأة والتنمية أو المرأة فى الريف المصرى .

(٦) تكشف كل من الدراسة التحليلية والدراسة المقارنة أن اغلب القائمين بالإتصال فى مجال تحرير المواد الصحفية الخاصة بالمرأة فى المجلات الأسبوعية العامة هى من المحررات ، بل أن محررة واحدة فقط هى التى تقوم بتحرير هذا الجزء فى مجلة " أكتوبر " .

ومن النتائج الطيبة التى كشفت عنها الدراسة التحليلية للأجزاء الخاصة بالمرأة فى المجلات الأسبوعية العامة الإعتماد بنسبة كبيرة على المتخصصات كمصادر لمادتها الصحفية عن المرأة وتميزت " صباح الخير " بالإعتماد على القراء خاصة الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية والأسرة .

(٧) كشف التحليل أن مجلة " صباح الخير " مالت فى معالجتها للموضوعات الخاصة بالمرأة إلى المعالجة التحليلية والتفسيرية ، وإستخدمت لذلك الأشكال التفسيرية والإستقصائية بشكل أساسى خاصة الحديث الصحفى والتحقيق الصحفى .

أما مجلة " أكتوبر " فقد كان إتجاه المعالجة فيها بشكل غالب الإكتفاء بسرد المعلومات والتوقف عند مستوى المعالجة المجردة (٩٣,٢٪ مما قدمته فى هذا المجال) وإذا كان هذا المستوى من المعالجة يمثل سلبية من الصحيفة وتقصير منها فى أداء الدور المنوط بها فى تفسير الاحداث والحقائق وتحليلها , فإنه أيضاً لا يتناسب مع طبيعة العمل الصحفى فى مجلة أسبوعية .

كما ظهر إنخفاض نسبة إستخدام مواد الرأى ، فإستخدم العمود الصحفى بنسبة محدودة فى مجلة " صباح الخير " ، كذلك إستخدمت رسائل القراء فى المجلة نفسها فى معالجة بعض الموضوعات الخاصة بالمرأة . وتبين من التحليل الكيفى لمعالجة المجلات الإسبوعية العامة للموضوعات الخاصة بالمرأة أنها تميل للمعالجة المحايدة بنسبة ٦٨,٩٪ من إجمالى المعالجات .

وظهر إتجاه واضح للمعالجة المتحيزة خاصة فى مجلة " صباح الخير " إذ بلغت نسبة المعالجات التى مالت لهذا الإتجاه ٥١,٥٪ من إجمالى معالجاتها . ولم تزد نسبة المعالجات المتوازنة وهو الأمر المرغوب فيه عن ١٢,٢٪ فقط فى المجلتين معاً .

كما تبين أن المجلتين تميلان – عند معالجة الموضوعات التى تطرح قضية أو مشكلة ما – إلى عرض مظاهر المشكلة فقط وبنسبة ٦٦,١٪ من إجمالى هذه المعالجات .

أما المعالجات التى تركز على أكثر من زاوية (طرح الأسباب ، المظاهر ، الحلول .. إلخ) فلم تتجاوز نسبتها ٢٦,٨٪ من إجمالى المعالجات ، رغم أهمية هذه النوعية من المعالجات وشموليتها ، وأنها تمس أفضل أساليب المعالجة .

وبالنسبة لمواد الرأى (كالمقالات ، الأحاديث والتحقيقات ، التقارير) فقد إتجهت للبرهنة والإقناع بوسائل مختلفة ، وكان الإستناد على البرهان العقلى هو الغالب بنسبة ٧٨,٣٪ – وإستخدمت الوسائل الأخرى للبرهنة (كبرهان المنفعة الذاتية ، العرف الإجتماعى، البرهان الدينى ، البرهان التاريخى) بنسب محدودة .

(٨) ظهر من الدراسة التحليلية أن مجلة " صباح الخير " لا تخصص مكاناً خاصاً للمرأة ، بل توزع الإهتمام بقضاياها على أبوابها وأعمدتها وموضوعاتها المختلفة وإن إتسمت بعض هذه الأبواب والأعمدة بغلبة إهتمامها بقضايا المرأة ومشاكلها . أما مجلة " أكتوبر " فإنها إلى جانب الجزء الذى تخصصه للمرأة تنشر بعض الموضوعات الخاصة بالمرأة على صفحات أخرى منها ، ويلاحظ على أن المجلتين معاً لم تستخدما صفحتى الغلاف أو الوسط لنشر أى موضوع يتعلق بالمرأة – وهى صفحات تتميز بأهمية خاصة وتخصص عادة لإبراز المواد الصحفية الأكثر أهمية.

وإن كان ينبغى الإشارة إلى أن الدراسة التحليلية لغلاف مجلة "صباح الخير" قد أوضحت أن المرأة كانت المحور الأساسى للصور التى تنشر على هذا الغلاف ، إذ تتجه المجلة فى كل عدد من اعدادها إلى نشر رسم بريشة أحد الفنانين عبارة عن رسوم جمالية

للمرأة للتعبير عن إنفعال معين كالحب أو الخوف أو الترقب ، وأحياناً جاءت هذه الرسوم كتعبير عن حدث أو ظرف معين كحلول الصيف وذهاب الناس للشواطئ ويمكن القول أن إستخدام هذه الصور للمرأة على صفحات الغلاف فى المجلة لا يؤدى وظيفة موضوعية بل يهدف إلى ترويج المبيعات وجذب إنتباه القراء.

والإتجاه نفسه ظهر فى إستخدام مجلة أكتوبر للصور إذ حرصت فى كل عدد من أعدادها على نشر صور للأزياء والموضات إلى جانب إستخدامها للصور الموضوعية، وإن نشرت بعض الصور المصاحبة لبعض الموضوعات دون أن توجد علاقة بينهما، بل إستخدمت الصورة كمجرد وسيلة للزينة الجمالية والبصرية.

وهذا يؤكد إتجاه الصحف إلى إستخدام المرأة كأنثى للإغراء وزيادة عدد النسخ المباعة منها .

(٩) بالنسبة لسمات الجمهور المستهدف بالمضمون الخاص بالمرأة فقد أظهرت الدراسة التحليلية أن نسبة كبيرة من هذا المضمون (٨٣٪ منه) يستهدف المرأة والرجل معا. وقد إستحوذت المرأة الحضرية على كل إهتمام المجلتين عدا إستثناءات محدودة فى مجلة " صباح الخير " .

وإستأثرت فئة الشباب كفئة عمرية بالإهتمام الأكبر من مضمون المجلتين الخاص بفئات عمرية معينة (٦٦,٧٪) تلى ذلك فئة المرأة الناضجة بنسبة ٢٢,٢٪ .

وتجدر الإشارة إلى أن مجلة " أكتوبر " قد نشرت خلال فترة التحليل موضوعا واحدا يتعلق بالمرأة التى تجاوزت سن النضوج (كبيرة السن) وتهتم مجلة " صباح الخير " بمخاطبة إحتياجات الفتيات فى سن المراهقة ومقتبل الشباب .

(١٠) لا تختلف صورة المرأة كما تقدمها المجلات الأسبوعية العامة كثيراً عن صورتها التى تقدمها الصحف اليومية والأسبوعية فالمرأة فى الأغلب الأعم لاهثة وراء أحدث الموضات والأزياء والأناقة . ولا تهتم بقضايا مجتمعها وهى عاطفية سطحية تفضل الراحة والمكوث فى البيت بعد تخرجها من الجامعة وعدم العمل خارجه . تسعى بكل الوسائل لإرضاء رجل فى حياتها (صديق أو زوج ...) قد يكون متردداً أو مغروراً أو شكاكاً .

(١١) إستأثرت قضايا المرأة فى الدول المتقدمة بنسبة كبيرة من إهتمام المجلات الأسبوعية بقضايا المرأة فى العالم بنسبة ٧٣,٩٪ . وظهر هذا بشكل أوضح فى مجلة " صباح

الخير " بنسبة ٨٨,٩٪ من إجمالى إهتمامها بقضايا كل قطاعات المرأة فى الدول المتقدمة فى مجلة " أكتوبر " ٦٤,٣٪ من إجمالى إهتمامها بقضايا المرأة فى العالم . وركزت المجلتان على المعالجات المثيرة ومتابعة أخبار النساء الشهيرات من ذلك : ديانا سبنسر وخلافاتها مع زوجها ، فانسا وليامز المطربة الأولى فى أمريكا ، وإنتشار تمليك الراس فى صالونات التجميل فى أمريكا.

ولم تتناول المجلتان إطلاقاً خلال فترة التحليل أى موضوع يتعلق بالمرأة العربية أو المرأة فى الدول الإسلامية أو الدول النامية .

(١٢) وبالنسبة للموضوعات العامة التى تناولتها المجلات الأسبوعية العامة فى أجزائها الخاصة بالمرأة . فقد ظهر من التحليل أن أكثر هذه الموضوعات تتعلق بالإهتمامات الإنسانية (من ذلك مثلاً الأخبار الشخصية للشخصيات المشهورة وحالة الطقس والطرائف والنوادر والمفارقات ...) بنسبة ٤٤,١٪ من إجمالى الموضوعات العامة التى تناولتها المجلتان .

وتلى ذلك الموضوعات الخاصة بالفن ، وتركزت غالبيتها فى مجلة " صباح الخير " وجاءت بعد ذلك الموضوعات الخاصة بالعلوم ، ونشرت كلها فى مجلة " أكتوبر " ، ولم تنشر أية مادة صحفية خاصة بذلك فى مجلة " صباح الخير " .

رابعاً - المجلات النسائية المتخصصة

وقضايا المرأة والتنمية فى الريف المصرى :

أوضح التحليل ما يلى :

(١) أن الموضوعات التى تتعلق بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية كالموضة والطهى والتجميل وشئون المنزل كانت أكثر الموضوعات التى عالجتها مجلتا " حواء " و " نصف الدنيا " خلال فترة التحليل بنسبة ٣٦,٢٪ من إجمالى الإهتمام بقضايا المرأة وإرتفعت نسبة تناول " حواء " لهذه النوعية من الموضوعات لتصل إلى ٣٩,٩٪ مقابل ٣٤,٦٪ فى مجلة " نصف الدنيا " من إجمالى إهتمام كل منهما بقضايا المرأة .

وجاءت هذه الموضوعات فى قائمة أولويات إهتمام المجلتين بقضايا المرأة المصرية بنسبة ٦٠,١٪ من إجمالى الإهتمام بكل قضايا المرأة المصرية ، ويلاحظ إرتفاع نسبة معالجة مجلة " نصف الدنيا " لهذه القضايا عنها فى مجلة " حواء " (٦٥,٣٪ ، ٥٢٪ على الترتيب) .

أما الموضوعات الخاصة بقضايا المرأة المصرية والتنمية فجاءت فى مؤخرة إهتمام المجلتين معا بنسبة ٧,٩٪ فقط من إجمالى إهتمامها بكل قضايا المرأة . وكانت مجلة " حواء " أكثر إهتماماً بهذه القضايا مقارنة بمجلة " نصف الدنيا " ١٤٪ مقابل ٥,٢٪ على الترتيب .

وإن شكلت قضايا المرأة والتنمية نسبة ١٣,١٪ من إجمالى إهتمام المجلتين بقضايا المرأة المصرية وحدها ، وبلغت نسبة ذلك ١٨,٢٪ من إجمالى إهتمام مجلة "حواء" بقضايا المرأة المصرية مقابل ٩,٨٪ فقط من إجمالى إهتمام مجلة " نصف الدنيا".

وشغلت قضايا المرأة المصرية والأسرة الترتيب الرابع فى إهتمام المجلتين بكل قضايا المرأة بنسبة ١٦,١٪ ، وإحتلت الترتيب الثانى فى إطار إهتماماتها بقضايا المرأة المصرية على وجه الخصوص بنسبة ٢٦,٨٪ وإرتفعت نسبة ذلك فى مجلة " حواء " مقارنة بمجلة " نصف الدنيا " (٢٩,٨٪) مقابل ٢٤,٨٪ من إجمالى إهتمام كل منهما بقضايا المرأة المصرية .

(٢) ظهر من التحليل محدودية الإهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية حيث لم تتجاوز نسبة ٠,٧٪ (خمسة تكرارات من ٧٠٢ تكراراً) من إجمالى إهتمام المجلتين بقطاعات المراة المصرية .

ولم تنل المرأة البدوية إلا ٠,١٪ فقط (تكراراً واحداً) فى حين إستأثرت المرأة الحضرية وحدها بنسبة ٥٢,٤٪ من إجمالى إهتمام المجلتين .

وتبين الدراسة التحليلية الغياب شبه الكامل للإهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية فى مجلة " حواء " إذا لم تزد نسبة تناول قضاياها على كل صفحات المجلة طيلة فترة التحليل عن ٠,٨٪ فقط (ثلاثة تكرارات من إجمالى ٣٥٨ تكراراً) أما المرأة البدوية فقد تم الحديث عن إحدى الموضوعات المتصلة بها مرة واحدة فقط فى مجلة " حواء " طيلة فترة التحليل أيضاً .

وإستأثرت المرأة الحضرية وحدها بنسبة ٦٨٪ من إجمالى الإهتمام بقطاعات المرأة المصرية فى مجلة " حواء " .

ولا يختلف الوضع كثيراً فى مجلة " نصف الدنيا " إذ تم التعرض لموضوعات تتعلق بالمرأة الريفية بنسبة ٠,٢٪ فقط (تكرارين فقط) ولم يتم تناول قضايا المرأة البدرية إطلاقاً .

وإستحوذت المرأة الحضرية وحدها على ٤٢,٤٪ من إجمالى إهتمام المجلة بكل قضايا المرأة المصرية مقابل ٥٧,١٪ للموضوعات التى تتناول المرأة المصرية عموماً دون تحديد قطاع معين منها .

(٣) كشف التحليل أيضاً أن حجم الإهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية والتنمية لم يتجاوز نسبة ٢٪ من إجمالى إهتمام مجلة " حواء " بقضايا المرأة المصرية والتنمية مقابل ٢,٤٪ من إجمالى إهتمام مجلة " نصف الدنيا " بقضايا المرأة المصرية والتنمية .

وبلغت نسبة إهتمام مجلة " حواء " بقضايا المرأة المصرية الريفية والأسرة ٢,٤٪ مقابل ٠,٩٪ فقط فى مجلة " نصف الدنيا " من إجمالى إهتمام كل منهما بقضايا المرأة المصرية والأسرة .

وإستأثرت المرأة الحضرية وحدها بنسبة ٨١,٨٪ من إجمالى إهتمام ،جلة "حواء" بالموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية مقابل ٤٩,١٪ فى مجلة " نصف الدنيا " .

وإختصت الموضوعات الأخرى فى هذا المجال بإهتمامات المرأة عامة دون تحديد قطاع بعينه .

(٤) شكلت القضايا والموضوعات العامة التى لا تتعلق بالمرأة وحدها وتم تناولها على صفحات المجلتين نسبة ٢١,٨٪ من إجمالى الإهتمام العام بالمجلتين ، ويعود إرتفاع هذه النسبة إلى الإهتمام الواضح الذى أولته مجلة " نصف الدنيا " لهذه القضايا والموضوعات العامة التى شكلت حوالى ربع الإهتمام العام لهذه المجلة (٢٤,٧٪) فى مقابل ١٥,٤٪ من الإهتمام العام فى مجلة " حواء " .

وكانت أكثر هذه الموضوعات التى نالت إهتماما من المجلتين الموضوعات الخاصة بالإهتمامات الإنسانية بنسبة ٣٧,٤٪ من إجمالى ما نشر من الموضوعات العامة ثم الموضوعات الخاصة بالفن بنسبة ٢٤٪ ، وتلى ذلك الموضوعات الخاصة بالسياسة الخارجية بنسبة ٦,٣٪ من إجمالى إهتمام المجلتين بالموضوعات العامة .

وتلى ذلك الموضوعات التى تتعلق بالخدمات العامة بنسبة ٥,٩٪ ، ثم الموضوعات الخاصة بالرياضة بنسبة ٣,٩٪ فالموضوعات الخاصة بالسياسة الداخلية ، موضوعات الثقافة والأدب بنسبة ٢٪ لكل منهما من إجمالى الموضوعات العامة المنشورة فى المجلتين .

وجاء الإهتمام بموضوعات الإقتصاد ، العلوم محدوداً للغاية بنسبة ٠,٨٪ ، ٠,٤٪ لكل منهما على الترتيب .

(٥) كان موضوع " عمل المرأة خارج المنزل ووجهات النظر المختلفة حول عودتها إلى البيت ، أو عملها بنصف الأجر ونوعية الأعمال التى تشارك فيها وغير ذلك من موضوعات تتعلق بهذه القضية هو أكثر الموضوعات التى إهتمت بها المجلتان فى إطار إهتمامها بقضايا المرأة المصرية والتنمية بنسبة ٢٣,٩٪ من إجمالى هذا الإهتمام ، وأن تركز معظم ما نشر فى هذا المجال فى مجلة " حواء " إذ نشر بها ٦٣,٣٪ من إجمالى ما نشر حول هذا الموضوع .

وتلى ذلك موضوع " تنظيم الأسرة والمباعدة بين فترات الحمل " وموضوع " تشجيع المرأة على الإبداع فنيا وأدبيا وعلميا " بنسبة ١٧,٤٪ لكل موضوع منهما من إجمالى إهتمام المجلتين بقضايا المرأة والتنمية . وتركز الإهتمام بموضوع تنظيم الاسرة فى مجلة " نصف الدنيا " إذ نشر بها ٧٥٪ من إجمالى ما نشر حوله فى المجلتين ، فى حين تركز الإهتمام بالموضوع الثانى فى مجلة " حواء " إذ نشر بها ٧٥٪ من إجمالى ما نشر حوله أيضا .

وشكل الإهتمام بموضوع " ثقافة المرأة " ومتابعة الجديد من الإصدارات الثقافية ١٦,٣٪ من إجمالى إهتمام المجلتين بقضايا المرأة المصرية والتنمية ، وجاء بعد ذلك موضوع " إكساب المرأة بعض المهارات " إذ خصصت كل من المجلتين بابا ثابتا لتعليم المرأة بعض المهارات العملية تحت عنوان " فكرة لمطبخك " فى مجلة " حواء " و " إصنعيها بنفسك " فى مجلة " نصف الدنيا " .

وكانت أقل الموضوعات التى نالت إهتمام المجلتين من بين الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية والتنمية موضوع " مقاومة بعض العادات الإجتماعية المعوقة للتنمية"، " محو الأمية وتعليم المرأة " ، " الجمعيات والمنظمات النسائية ".

وتناولت مجلة " حواء " وحدها بعض الموضوعات بتكرارات محدودة للغاية وهى : دور المرأة فى الإنتاج ، نشر الوعى السياسى لدى المرأة ، تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية .

ولم تتناول مجلة " نصف الدنيا " الموضوعات السابقة إطلاقا وهى : ترشيد الإستهلاك العائلى ، إدارة المنزل وتخطيط ميزانية الأسرة ومراقبة الأسعار والحد من إرتفاعها ، عمالة الأطفال ، تشجيع المرأة على المشاركة فى العمل النقابى .

وكانت أكثر الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية والأسرة تناولا فى المجلات النسائية هى الموضوعات المتعلقة بالعلاقات الزوجية بنسبة ٢٢,٩٪ من إجمالى ما تناولته المجلتان خاص بالمرأة المصرية والأسرة ، وتلى ذلك موضوع "تربية الأبناء ورعايتهم صحيا ونفسيا وإجتماعيا وتعليميا وثقافيا بنسبة ١٨,٦٪ " من إجمالى الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية والأسرة .

وجاءت الموضوعات الخاصة بالعلاقات الأسرية ، الموضوعات المتعلقة بصحة الأسرة ونظام الغذاء بنسبة ١٥,٤٪ لكل منهما من إجمالى إهتمام المجلتين بقضايا المرأة المصرية والأسرة .

وكانت أقل الموضوعات التى تناولتها المجلتان فى إطار قضايا المرأة المصرية والأسرة ما يتعلق بالزواج المبكر بنسبة ٢,١٪ ، وكذلك موضوع رعاية أبناء المرأة العاملة ،

الآثار الإجتماعية لتعدد الزوجات بنسبة ١,٠٦٪ لكل منهما (موضوع واحد عن كل منهما فى كل مرحلة) ثم مشاكل الأسرة المغتربة بنسبة ٠,٥٪ .

وهناك بعض الموضوعات التى لم تحظ بأى إهتمام من المجلتين وهى : هجرة الأب للعمل فى الخارج ، المسنات ، الميراث ، تزويج الفتيات الصغيرات لكبار السن .

وشكلت الموضوعات الخاصة بالتجميل وتصفيف الشعر والمكياج ٢٣٪ من إجمالى المواد التى نشرتها المجلتان خاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية ، تلى ذلك الموضوعات الخاصة بشئون المطبخ والطهى بنسبة ٢٠,٩٪ ، إذ تخصص كل من المجلتين باباً ثابتاً لذلك يحمل فى مجلة " حواء " عنوان " أطباق حواء " وفى مجلة " نصف الدنيا " عنوان " بالهنا والشفا " ، ويلاحظ غرابة مسميات بعض هذه الأطباق المقدمة ، وبعدها عن البيئة المصرية مثل شارلوت ماما ، ترفل الطماطم ، قراطيس الكاتيولونى ، بريوس الغابة وغيرها .

وإحتلت الموضوعات الخاصة بالديكور والأثاث الترتيب الثالث بنسبة ١٧,٨٪ من إجمالى تناول المجلتين للإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية .

وجاءت بعد ذلك وبنسب متقاربة الموضوعات المتعلقة بالعلاقات العاطفية والأحاسيس والمشاعر الخاصة بالعلاقة بين الرجل والمرأة بنسبة ١٥,٤٪ ثم الموضوعات الخاصة بالأزياء والموضة والأناقة بنسبة ١١,٦٪ من إجمالى إهتمام المجلتين بهذه الإهتمامات التقليدية للمرأة .

وكانت الموضوعات الخاصة بشئون المنزل ، الموضوعات الخاصة بالرجيم والتخسيس هى أقل الموضوعات التى تناولتها المجلتان فى إطار تناولهما للإهتمامات التقليدية بنسبة ٥٪ ، ٢,٤٪ على الترتيب .

(٦) إتضح من الدراسة الخاصة بالقائمين بالإتصال فى المجلتين إدراكهم للإهمال الواضح لمعالجة الموضوعات الخاصة بالمرأة الريفية فى كل من المجلتين، وأضاف القائمون بالإتصال فى مجلة "حواء" إلى ذلك العديد من الموضوعات التى لا تجد فرصة للنشر وهى :

١ – دور المرأة السياسى .

٢ – الجماعات الإرهابية والقهر الذى تمارسه على النساء .

٣ – زواج الرجال المسنين من الفتيات الصغيرات .

٤ – الدعارة والزنا .

أما القائمون بالإتصال فى مجلة " نصف الدنيا " فأشاروا إلى العديد من الموضوعات التى لا تجد فرصة النشر وهى :

١ – قضايا الفتاة فى سن المراهقة .

٢ – الدور الذى تلعبه المرأة العاملة فى المجتمع مدعماً بالإحصائيات .

٣ – قضايا النساء المعوقات .

٤ – سلبيات عمل المرأة .

٥ – ختان الإناث .

وربما يكون لهذا التناقض القائم بين إقناع القائمين بالإتصال فى مجلتى " حواء " و "نصف الدنيا" بضرورة الإهتمام بالمرأة الريفية وإعترافهم بأنها مهملة فعلاً ، والواقع العملى الذى ظهر من خلال الدراسة التحليلية للمجلتين والذى إتضح منها الإهمال شبه الكامل لقضايا المرأة الريفية ومشاكلها ما يبرره خاصة وأن ٤٥,٥٪ من إجمالى القائمين بالإتصال فى المجلتين ، والذين تم تطبيق البحث عليهم ذكروا أنهم لا يشاركون فى رسم السياسة التحريرية لمجلتهم .

كما أن نصفهم تقريباً لم تتح لهم فرص السفر والقيام بزيارات ميدانية فى الريف المصرى ، وإرتفعت هذه النسبة فى مجلة " نصف الدنيا " لتصل إلى ٥٨٪ خاصة وأن أغلبهم (٧٧٪ من إجمالى القائمين بالإتصال فى المجلتين) ليسوا من أصول ريفية .

فى الوقت الذى كشفت دراسة القائمين بالإتصال أن لمثل هذه الزيارات الميدانية إنعكاسها الإيجابى على تغطيتهم الصحفية لما يتعلق بالمرأة الريفية إذ جاءت موضوعاتهم أكثر تعبيراً عن واقع المرأة الريفية وساعدت فى التعرف على الأسلوب المناسب لمخاطبتها .

وأشار القائمون بالإتصال فى مجلة " حواء " أنه ترتب على هذه الزيارات معالجة العديد من الموضوعات الخاصة بالريف المصرى وهى : تعدد الزوجات ، الزواج المبكر ، أطفال القرية ، الأمية ، أنشطة المرأة الريفية ومسئولياتها .

أما الموضوعات التى عالجتها مجلة " نصف الدنيا " وقام بها محرروها بعد زياراتهم الميدانية للريف المصرى فكانت : إسهام المرأة الريفية فى الصناعات الريفية، طفل القرية ،

المرأة الريفية وعالم الخرافة ، الزار ، الفن فى الريف المصرى ، العلاقات الزوجية فى الريف .

(٧) إعترف ٧٠٪ من القائمين بالإتصال فى مجلة " حواء " الذين شملتهم عينة البحث أن مجلتهم لا تهتم بالمراة الريفية ، وإرتفعت هذه النسبة بين القائمين بالإتصال فى مجلة " نصف الدنيا " لتصل إلى ٧٥٪ ، وأرجعوا ذلك إلى الأسباب التالية (مرتبة تنازليا) :

١ – ضعف حماس المحررين أنفسهم لتغطية الموضوعات الخاصة بالمرأة الريفية .

٢ – عدم إهتمام المسئولين بقضايا الريف مما إنعكس على التغطية الصحفية لهذه القضايا .

٣ – عدم وجود دراسات عن المرأة الريفية تعين المحررين فى أداء هذه المهمة.

٤ – السياسة التحريرية للمجلة .

٥ – القيم الإخبارية الصحفية السائدة فى الصحافة المصرية .

٦ – عدم وجود مراسلين للمجلات النسائية فى القرى المصرية.

(٨) تكشف الدراسة المقارنة بين نتائج تحليل مضمون المجلات النسائية المتخصصة ، ونتائج دراسة القائمين بالإتصال فى هذه المجلات عن تناقض إلى حد كبير يمثل فى أن القائمين بالإتصال يدركون ما يجب أن تقوم به مجلاتهم لدفع المرأة الريفية للمشاركة فى التنمية فى الوقت الذى لم ينعكس ذلك واضحا فيما يقدم على صفحات هذه المجلات التى يشاركون فى تحريرها .

فقد ذكر القائمون بالإتصال الذين شملتهم العينة أن المجلات النسائية المتخصصة يجب أن تركز على الموضوعات التالية (مرتبة تنازليا) :

١- الدعوة إلى تعليم المرأة الريفية ومحو أميتها.

٢- التوعية الصحية ..

٣- تنظيم الاسرة .

٤- التوسع فى مشروعات تشغيل المرأة الريفية .

٥- التربية السليمة للأبناء .

٦- الدعوة لعمل المرأة .

٧- تدريب القيادات النسائية .

٨- التوعية السياسية .

٩- الدعوة إلى ترشيد الإستهلاك .

فى الوقت الذى ظهـر مـن الدراسـة التحليليـة محدوديـة تنـاول موضـوع " محـو الأميـة وتعليم المرأة الريفية " ، كذلك موضوع " دور المرأة فى الإنتاج " و " التوعية السياسية للمرأة بل أن موضوع " ترشيد الإستهلاك " لم يتم تناوله إطلاقاً من المجلتين .

وإن نـال موضـوع " تربيـة الأبنـاء " إهتمامـاً نسبياً بلـغ ١٨,٦٪ مـن إجمـالى تنـاول المجلتين للموضوعات الخاصة بالمرأة المصريـة والأسـرة ، كذلـك موضـوع " عمـل المـرأة " وإن لم يهتم بعمل المرأة الريفية وركـز علـى المـرأة الحضريـة و " تنظيم الأسـرة " وإن كـان أغلب ما نشر حول هذا الموضوع هو مادة إعلانية مدفوعة الأجر من خلال مشروع التسـويق الإجتماعى لوسائل تنظيم الأسرة ، و " صحة الأسرة " إذ بلغ حجـم الإهتمـام بهـا ١٥,٤٪ مـن إجمالى تناول المجلات النسائية المتخصصة لقضايا المرأة المصرية والأسرة .

تكشف كل من الدراسة الإستطلاعية والدراسة التحليلية التفصيلية لشكل المجلتين ومضمونها ، والدراسة الخاصة للقائمين بالإتصال فى المجلتين أنهما تعتمدان علـى المحررين والمحـررات فى تحريرهما.

ومن الملاحظ قلة عدد أعذاء الجهاز التحريرى المتفرغ لتحرير مجلـة "نصـف الدنيـا"، وإعتمادها بشكل أساسى على إسهامات محـررى جريـدة " الأهـرام " ، فـى حين يوجـد جهـاز تحريرى متكامل لمجلة " حواء " منفصل عن بقية مطبوعات مؤسسة دار الهلال التـى تصـدر عنها المجلة ، وربما يرجع هذا فى جانب منه إلى عرقلة " حواء" التى تصدر منذ ما يزيد عن ثلاثين عاماً ، وحداثة مجلة " نصف الدنيا " التى تصدر منذ ثلاثة أعوام فقط .

وتشكل المحررات ما يقرب من ٧٥٪ من إجمالى القائمين بالإتصال فى مجلة " حواء " فى حين يشكل المحررون ما يقـرب مـن ٥٥٪ مـن إجمـالى القـائمين بالإتصـال فـى مجلـة " نصف الدنيا " ، وتشكل المحررات ٤٥٪ منهم .

(١٠) أظهرت الدراسة الخاصة بالقائمين بالإتصال أن معظم من شملتهم عينـة البحث من مواليد القاهرة ، أى أن غالبيتهم ليسـوا مـن أصـول ريفيـة ، كمـا أكدت الدراسـة حصـول القائمين بالإتصال على تأهيل جامعى ، وإن كانت نسبة المؤهلين إعلامياً منهم أى الحـاصلين على بكالوريوس أو ليسانس فى الصحافة - لا تزد عن ٢٥٪ ، والنسبة الأكبر من الحـاصلين على مؤهلات أخرى كالفنون الجميلة والعلوم السياسية والألسن والتجارة والتربية ودار العلـوم والعلوم .

وإن ظهر إرتفاع نسبة المؤهلين صحفيا وإعلاميا فى مجلة " نصف الدنيا " عنها فى مجلة " حواء " وظهر من الدراسة أن ٥٥٪ من افراد العينة لم يشاركوا فى أية مؤتمرات تبحث مشكلات المرأة رغم أهمية مثل هذه المشاركة ، ويلاحظ تساوى نسبة الذين إلتحقوا بالعمل فى المجلة عن طريق إثبات كفاءتهم دون واسطة ونسبة الذين أتيحت لهم فرصة العمل بفضل الصلات والعلاقات الشخصية .

وأشار البعض وإن كان هذا بنسبة محدودة أنهم عملوا فى المجلة بعدما أثبتوا جدارة فترة التدريب العملى الذى نظمه قسم الصحافة بكلية الإعلام للطلاب فى المؤسسات الصحفية.

ويلاحظ أن إعتماد المجلتين على المتخصصين أو المتخصصات كمصادر لموضوعاتهم الصحفية كان محدوداً ، إذ كشف التحليل أن معظم المادة الصحفية تنشر دون تحديد مصادرها ، كما لم يظهر خلال فترة التحليل إسهام القارئات بالقدر الكافى فى تحرير المجلة أو الإعتماد عليهم كمصادر للمادة الصحفية وهذه من المآخذ على المجلتين خاصة وأنهما مجلتان نسائيتان متخصصتان .

(١١) تبين من التحليل أن المجلات النسائية المتخصصة كانت موفقة فى إتجاهها بشكل كبير نحو المعالجة التحليلية والتفسيرية إذ شكل هذان النوعان من المعالجات ٦٩,١٪ من إجمالى مستويات معالجة المجلتين ، وذلك من خلال إستخدام الأشكال التفسيرية والإستقصائية خاصة التحقيق الصحفى أما الإتجاه نحو المعالجة التقريرية والتسجيلية المجردة التى تكتفى بسرد المعلومات فبلغت نسبة فى المجلتين ٣٠,٨٪ من خلال إستخدام الأشكال الإخبارية خاصة الخبر القصير .

كما إستخدمت المجلتان أيضا أشكال مواد الخدمات ، ومنها الموضوع الصحفى الخدمى، القوائم ، إصنعيها بنفسك .

ويلاحظ إنخفاض نسبة إستخدام مواد الرأى ، ومحدودية الإستعانة برسائل القراء، وإن كانت مجلة " حواء " تستخدم هذا الشكل أكثر من مجلة " نصف الدنيا " وهذا إتجاه طيب منها.

ومن الملاحظات الجديرة بالإشارة أن أكثر من نصف الموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة نشرت فى شكل إعلانات خاصة فى مجلة "نصف الدنيا" وقد ظهر من التحليل الكيفى لمعالجة المجلات النسائية المتخصصة للموضوعات الخاصة بالمرأة انها

تميل إلى المعالجة المتحيزة والتركيز على وجهة نظر واحدة دون إفساح المجال لوجهات النظر الأخرى ، إذ بلغت نسبة المعالجات التى إتخذت هذه الوجهة ٣٥,١٪ كما ظهر إتجاه واضح أيضاً نحو المعالجة المحايدة بنسبة ٣٣,٩٪ من إجمالى معالجات المجلات النسائية المتخصصة .

كما أن من الإتجاهات الإيجابية فى معالجات المجلات النسائية المتخصصة التركيز على تناول القضية أو المشكلة التى يعالجها الموضوع الصحفى من أكثر من زاوية (عرض الأسباب / المظاهر / الحلول) إذ بلغت نسبة هذا الأسلوب المتكامل والشامل من المعالجات ٤١,٦٪ من إجمالى معالجات المجلتين .

وبالنسبة لمواد الرأى كالمقالات والأحاديث والتحقيقات ، فقد إتجهت للبر ، ـة والإقناع بوسائل مختلفة ، وإن كان الإعتماد الأساسى على البرهان العقلى الذى يستند إلى تقديم الحقائق والإحصائيات والبيانات والأرقام والوثائق بنسبة ٥٣,٣٪ ، وتلى ذلك الإستناد إلى برهان المنفعة الذاتية بنسبة ٢٣,٨٪ فى المجلتين معاً ، وإن إرتفعت النسبة فى مجلة " نصف الدنيا " بالقياس إلى مجلة " حواء " إذ بلغت ١٦,٣٪ مقابل ٧,٥٪ على الترتيب .

وإستخدم كل من البرهان التاريخى والدينى والإجتماعى بنسب متقاربة هى ٧,٨٪ ، ٧,٥٪ ، ٧,٣٪ على الترتيب .

(١٢) بالنسبة لسمات الجمهور المستهدف بمضمون المجلتين ، فقد تبين من التحليل أن ٤٠,٥٪ من مضمونها تقريباً يستهدف الأسرة بصفة عامة وظهر ذلك بشكل أوضح فى مجلة " نصف الدنيا " بنسبة ٤٦,٧٪ من إجمالى مضمونها مقابل ٣٢,٢٪ فى مجلة " حواء " من إجمالى مضمونها .

ويلاحظ بشكل عام أن المجلتين تتفقان فى التركيز على إهتمامات المرأة فى المجتمعات الحضرية وإحتياجاتها ، خاصة تلك الفئة من النساء التى تنتمى لطبقات إجتماعية معينة ، وتبتعدان عن قضايا المرأة المصرية فى الريف ، ومن الطبقات الشعبية ، وإن كانت هناك عدة مؤشرات بينها طبيعة المضمون نفسه وسعر بيع كل من المجلتين [*] تشير إلى أن مجلة " نصف الدنيا " تتجه إلى طبقات إجتماعية أعلى من تلك التى تتجه إليها مجلة حواء .

---

[*] إذ تباع النسخة من مجلة " حواء " بخمسين قرشاً (نصف جنية) ، فى حين تباع النسخة من مجلة " نصف الدنيا " بجنيهين ونصف .

كما تركز إهتمام المجلتين على مخاطبة المرأة فئة عمرية معينة هى سن المراهقة والشباب ، بل أن فئة الشباب وحدها إستأثرت بنسبة ٤٣,٢٪ من إجمالى المضمون الخاص بفئات عمرية معينة ، تلى ذلك مرحلة المراهقة بنسبة ٣٧,٨٪ وقد كانت مجلة " حواء " أكثر إهتماماً بمخاطبة المرأة فى هذه المرحلة عن مجلة "نصف الدنيا" ، ثم المرأة فى مرحلة النضوج بنسبة متواضعة بلغت ١٨,٩٪ فقط .

ولم تهتم أيا من المجلتين بتقديم أية مادة صحفية للمرأة التى تجاوزت سن النضوج (كبيرة السن) ..

(١٣) يمكن القول بشكل عام أن صورة المرأة فى المجلات النسائية المصرية ما زالت تركز على المرأة كأنثى فى المقام الأول ، وكزوجة وأم فى المقام الثانى وتهمل إلى حد كبير الإهتمام بالمرأة كإنسانة ومواطنة تشارك فى بناء مجتمعها وتعمل على تنميته ، ومما يدعم هذه الصورة أن القيم التى حملها مضمون المجلتين يركز على قيمة " الجمال " وكيف تصبحين جميلة ورشيقة ، وان الرجل لا يرتبط بالمرأة إلا إذا إتفق الجميع على أنها جميلة حقاً (حوالى ثلث المضمون المنشور فى المجلتين بنسبة ٢٩,٥٪) ، كما ظهرت قيماً أخرى كالسعادة والترفيه والمرح .

ولم تتجاوز نسبة المضامين التى حملت قيمة " التنمية " ٥,٦٪ من إجمالى المضامين التى حملت قيماً .

وتبدو هذه النظرة أيضا فى تصور القائمين بالإتصال فى المجلات النسائية المصرية إذ يرون أن المرأة المصرية هى كائن سلبى غير قادرة على إتخاذ القرارات وهى عاطفية سطحية مسرفة تشكل أحيانا عائقاً أمام التنمية .

ولم تزد نسبة من طرحوا صورة إيجابية للمرأة المصرية كسيدة نشيطة تقوم بأعمال مفيدة لمجتمعها عن ٣٨٪ .

أما المرأة الريفية فهى عند القائمين بالإتصال فى مجلة " حواء " كائن سلبى على هامش الحياة مسكينة لم تنل حقها من التعليم تعانى الجهل والفقر ، تفتقر إلى الوعى ، عليها أن تعطى بلا حدود دون أن يكون لها حقوق .

ورأت نسبة قليلة منهم (١٧٪) أنها لا تختلف عن المرأة الحضرية . والمرأة الريفية فى تصور القائمين بالإتصال فى مجلة " نصف الدنيا " مقهورة غير واعية وغير قادرة على التفكير الصائب ، سطحية غير قادرة على إتخاذ أى قرار ، كثيرة الإنجاب .

وإن كانت هناك بعض التصورات الإيجابية عنها لدى بعضهم إذ يرون أنها إمرأة نشيطة مضحية مشاركة فى أحداث الحياة تتميز بحسن التدبير والذكاء. وانها مساوية لزوجها تماما .

ويمكن القول أن هذا التناقض فى التصورات يرجع فى جانب منه إلى الأساليب التى يعتمد عليها هؤلاء القائمين بالإتصال لتكوين هذه التصورات ، فثلثهم تقريباً يعتمدون فى هذا بشكل أساسى على متابعة الصور التى تقدمها وسائل الإعلام للمرأة الريفية ، وهى صور بعيدة فى كثير من الحالات عن الواقع كما أثبتت العديد من البحوث العلمية ، أو من خلال مشاركتهم فى المؤتمرات التى تعالج قضايا المرأة الريفية .

ونسبة لا تزيد عن ٢٥٪ منهم إعتمدوا فى ذلك على معايشة الواقع العملى للمرأة الريفية من خلال الإحتكاك المباشر بها نظراً لوجود أصول ريفية لهم فى القرى ، ومن خلال عائلاتهم التى ما زالت تعيش هناك .

(١٤) إستأثرت قضايا المرأة بصفة عامة دون تحديد منطقة معينة بنسبة تزيد عن نصف إجمالى الإهتمام العام للمجلتين بقضايا المرأة فى العالم (٥١,٧٪) .

وجاءت قضايا المرأة فى الدول المتقدمة فى الترتيب الثانى بنسبة ٢٨,٧٪ من إجمالى إهتمام المجلتين ، وذلك من خلال الباب الثابت الذى تنشره كل منهما ويحمل عنوان " حول العالم مع المرأة " فى مجلة " حواء " وعنوان " أخبار الدنيا " فى مجلة " نصف الدنيا " .

وشكل الإهتمام بقضايا المرأة فى الدول النامية ٨,١٪ ، وقضايا المرأة العربية ٧,٢٪ ، أما قضايا المرأة فى الدول الإسلامية فقد بلغ حجم الإهتمام بها ٤,٣٪ من إجمالى إهتمام المجلتين بقضايا المرأة فى العالم .

خامساً – إتجاهات القائمين بالإتصال فى الصحف نحو المرأة الريفية :

على الرغم من أن هناك الكثير من العوامل التى تؤثر على مدى إهتمام الصحف العامة والنسائية المتخصصة بقضايا المرأة المصرية الريفية ونظرتهم لها ، بعضها يتعلق بالظروف العامة أساتذة فى مجتمعنا ، وان الريف المصرى بكل قاطنيه ومن بينهم النساء الريفيات لا يحظى بالإهتمام الواجب والذى يتفق مع حجمه الحقيقى فى مصر ، إذ يشكل الريفيون أكثر من نصف سكان مصر .

وبعضها يتعلق بالسياسات الإتصالية فى مجتمعنا عامة وتوجهاتها والقيم الإعلامية السائدة والتى تنعكس فى السياسات التحريرية لمؤسساتنا الإعلامية ، وتظهر فى الممارسات الإعلامية .

إلى جانب ذلك فدور القائم بالإتصال فى هذا المجال ، وما يتعلق بنشأته وتأهيله ومدى تدريبه وكفايته أمر مهم وقد ناقشنا ذلك من خلال عرضنا فى الاجزاء السابقة من البحث – غير أن هناك نقطة مهمة تتصل بالقائم بالإتصال – على درجة عالية من الأهمية والتأثير لذا أثرنا أن نفرد لها معالجة خاصة وهى ما يتعلق بإتجاهات تؤثر بالضرورة بوعى أو بدون وعى على أدائهم وما يطرحون من قضايا، والطريقة التى يعالجون بها هذه الموضوعات والكيفية التى يعرضونها بها.

وقد كشفت الدراسة التى تمت لهذه الإتجاهات عن النتائج التالية :

(١) ٥٪ فقط من أفراد العينة يرحبون بشدة بأن يكونوا متخصصين فى موضوعات المرأة الريفية ، أما الذين وافقوا على ذلك فبلغت نسبتهم ٤٢٪ مقابل ٣٧,٥٪ لم يرحبوا بذلك ، وهى نسبة تعد عالية .

(٢) رحب ٧٧,٥٪ من أفراد العينة بتخصيص ركن خاص للمرأة الريفية فى كل صحيفة ، وإعترض على ذلك ١٥٪ منهم .

(٣) عبر ٩٥٪ منهم عن أنهم يتمنون أن ينقلوا رأى المرأة الريفية فى القضايا السياسية عبر صحفهم .

(٤) رفض ٦٧,٥٪ من أفراد العينة تبرير عدم الإهتمام بمخاطبة المرأة الريفية من خلال الإعلام المقروء بسبب جهلها ، ووافق على ذلك ٢٢,٥٪ منهم .

(٥) وافق ٨٠٪ من أفراد العينة على أنه رغم جهل غالبية النساء فى القرية لكن آرائهن تحمل حكمة ونضجا .

وفى الوقت نفسه بلغت نسبة المؤيدين لإعتبار الغالبية العظمى من الريفيات يهتمن بالسحر والخرافات ٦٣٪ ، ونسبة الذين يرون أن المرأة الريفية حريصة حرصا كبيراً على زيارة الموالد والقبور ٨٧,٥٪ ، ونسبة الذين أيدوا أن الغالبية العظمى من الريفيات يهتمن باللجوء إلى الوصفات الشعبية فى العلاج ٨٧,٥٪ .

وترى بنسبة لا بأس بها (٣٠٪) من أفراد العينة أن المرأة الريفية لا تؤمن بأهمية تعليم الفتاة ، وأيد ٤٧,٥٪ منهم أن المرأة الريفية أكثر رجعية من الرجل وأيد ٤٢,٥٪ القول بان المرأة الريفية ترى قيمتها كأنثى تثير الغرائز .

(٦) لم يعترض أياً من أفراد العينة على القول بأن المرأة الريفية تدفع بأبنائها إلى الإلتزام بالقيم الخلقية النبيلة ، وإن إعترض ٢٧,٥٪ منهم على القول بأنها تتمسك بالعفاف والطهارة أكثر من المرأة فى المدينة .

ووافق ٨٢,٥٪ من أفراد العينة على القول بأن للمرأة الريفية دور فى الإنتاج الزراعى ، ووافق ٩٢,٥٪ منهم على أنها تقوم بكافة أعمال الرجال ، وأيد ٨٧,٥٪ أنها يمكن أن تلعب دوراً فى الصناعات المنزلية ، وإعترض ٦٠٪ منهم على القول أبانها لا تصلح للعمل خارج المنزل ، ووافق ٧٧,٥٪ من أفراد العينة أن المرأة الريفية تعمل بدقة وجدية ، ذكر ٥٪ منهم أنهم يعتقدون أن المرأة الريفية عندما تعمل تسعى لتحقيق طموح وظيفى .

وذكر كل أفراد العينة أنهم يرون ضرورة زيادة معاهد التدريب المهنى للريفيات .

وعارض ٤٠٪ من أفراد العينة الرأى الذى يقول بان المرأة فى المدينة أكثر فعالية فى العملية الإنتاجية من المرأة الريفية ، وإن وافق ٤٥٪ منهم على أن من أهم الأسباب إقدام الفتاة الريفية على العمل هو إدخار مصاريف الزواج .

(٨) وافق ٥٥٪ من أفراد العينة على أن المرأة الريفية تهتم بما يقع خارج نطاق منزلها من أحداث ، وإعترض ٨٢,٥٪ على القول بان لديها معلومات وفيرة عن الأوضاع السياسية العالمية ، ورأت غالبية العينة أن مشاركة المراة الريفية فى نشاط جمعيات تنمية المجتمع محدودة وضعيفة ، وأنها تتنازل عن حقوقها طواعية ٨٢,٥٪ منهم وأيد ٦٧,٥٪ القول بأن المرأة الريفية ليس لها وزن إنتخابى .

وإعترض ٧٢,٥٪ على القول بأنها مستقلة عن زوجها فى آرائها السياسية فى حين أيد ٦٢,٥٪ منهم أنها سلبية فى مواقفها من القضايا السياسية . وهى لا تتابع نشرات الأخبار من وجهة نظر ٤٥٪ من أفراد العينة ولا تشارك بآرائها من خلال الصحف فى رأى ٧٢,٥٪ من أفراد العينة .

(٩) بلغت نسبة الموافقين على أن المرأة الريفية تطيع زوجها طاعة عمياء ٦٠٪ ، ووافق ٣٢,٥٪ منهم على أن المرأة الريفية تقبل ان يضربها زوجها ، وأيد ٤٥٪ أنها ترفض زواج زوجها بأخرى ، ووافق ٩٠٪ على أنها تعتمد على الرجل بصورة كبيرة غير أنها فى رأى ٨٠٪ منهم يمكنها الدفاع عن نفسها وبيتها فى حالة الضرورة .

ووافق ٧٧,٥٪ من أفراد العينة أن المرأة الريفية تبث فى أبنائها قيم الإعتماد على النفس ، وإن رأى ٤٢,٥٪ منهم أنها متشددة فى تربية أبنائها .

ووافق ٧٠٪ منهم على القول بأنها تلجأ للوحدة الصحية فى حالة مرض أحد أبنائها، ٧٢,٥٪ على أنها تحرص على تطعيم أبنائها ، غير أن ٢٥٪ منهم يرون أنه لا يمكن الإعتماد عليها فى القضاء على الأمراض المعدية ، ويرى ٨٢,٥٪ من أفراد العينة أن المرأة الريفية تفضل الذكور عن الإناث ، ووافق ٨٥٪ منهم أنها لا تمانع فى زواج ابنتها فى سن صغيرة ، ووافق كل أفراد العينة أن المرأة الريفية ترى أن الزواج أفضل مستقبل للبنت ، ورأى ٨٠٪ منهم أنها تفضل زواج الأقارب، ووافق ٧٧,٥٪ على أن المرأة الريفية ترى أن زيادة النسل تأمين لها ضد المخاطر فى المستقبل .

(١٠) وافق ٥٥٪ من أفراد العينة على القول بأن المرأة الريفيـة لهـا رأى فـى إدارة المنزل ، كما وافق ٦٢,٥٪ منهم على أنها تهتم بنظافة منزلها .

ويمكن القول أن تحليل الإتجاهات كشف عن العديد من النتائج أهمها :

١- أن هناك إتجاه إيجابى نحو معالجة المرأة الريفية فى وسائل الإعلام خاصة بين العاملين فى المجلات النسائية مقارنة بهؤلاء الذين يعملون فى الصحف العامة .

٢- أن هناك إتجاه سلبى فـى النظـر إلـى المـرأة الريفيـة كإنسـانة ، فهـى فـى رأى أغلب القائمين بالإتصال تـرى قيمتها كـأنثى وأنها أكثر رجعية من الرجل . ولا تـرى ضرورة لتعليم الفتاة ، وتلجأ إلى الوصفات الشعبية فى العلاج ، وتحرص على زيـارة القبور والتردد على الموالد ، ولا تهتم بحث أبنائها على القراءة والثقافة ، وأنهـا تؤمـن بالسحر والخرافات .

٣-هناك إتجاه إيجابى نحو دور المرأة الريفية فى الإنتاج .

٤- إن الإتجاه السلبى هو السائد نحو دور المرأة الريفية فى المشاركة السياسية .

٥- إن إتجاه القائمين بالإتصال فى صحافة المرأة سلبى نحـو الوظـائف الإجتماعيـة التى تقوم بها المرأة الريفية كزوجة وكأم .

٦- أثبت التحليل الإحصائى عدم وجود تأثير للعمل فى صحيفة ما على إتجاه أفـراد العينة نحو المرأة الريفية .

٧- إن إتجاه المشرف على الجزء الخاص بالمرأة سواء أكان سلبياً أو إيجابيـاً ليـس هو المحك الرئيسى فى تفسير أسباب عدم الإهتمام بقضايا المرأة الريفية فى الصحافـة النسائية المصرية ، فرئيسة قسم المرأة فى جريدة " الأهرام " على سبيل المثال لديها إتجاه شديد الإيجابية نحو المرأة الريفية ، فى الوقت الذى تبين من الدراسـة التحليليـة لصفحـة المرأة فى " الأهرام " عدم الإهتمام بقضايا المرأة الريفية فى هذه الصفحة .

سادساً – الإذاعة والتليفزيون وقضايا المرأة والتنمية في الريف المصرى :

تبين من التحليل ما يلى :

(١) كانت قضايا المرأة والأسرة أكثر قضايا المرأة المصرية التى عالجتها "الشبكة الرئيسية " للإذاعة المصرية (البرنامج العام) بنسبة ٤٨,٣٪ فى حين بلغ حجم إهتمام إذاعة " القاهرة الكبرى " بهذه القضايا ٢٣,٨٪ من إجمالى إهتمام كل منهما بكل قضايا المرأة خلال فترة التحليل .

وجاءت قضايا المرأة والتنمية فى الترتيب الأول من حيث حجم إهتمام برامج المرأة فى إذاعة " القاهرة الكبرى " بنسبة ٤٣,٣٪ ، فى حين كانت نسبة هذه القضايا فى " الشبكة الرئيسية "١٦,٧٪ من إجمالى إهتمامها بكل قضايا المرأة خلال فترة التحليل.

وتفاوتت نسبة الإهتمام القضايا الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة فقد شكلت ٢٤,٩٪ من إجمالي القضايا المقدمة فى " الشبكة الرئيسية " ، ولم تتجاوز نسبتها فى إذاعة " القاهرة الكبرى " ١٠,٤٪ من إجمالى الإهتمام بقضايا المرأة خلال فترة التحليل .

(٢) احتلت قضايا المرأة الحضرية الترتيب الأول فى أهتمام " القاهرة الكبرى" ونسبة مرتفعة ، أما فى " الشبكة الرئيسية " هذا منطقى فقد كان التركيز على قضايا المرأة المصرية بصفة عامة .

وإتضح من النحليل ضعف الإهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية بشكل ملحوظ فى البرامج المقدمة من " الشبكة الرئيسية " إذ جاءت قضايا المرأة الريفية والتنمية بنسبة ٨,٤٪ من إجمالى الإهتمام بقضايا المرأة والتنمية ، ١,٨٪ من حجم الإهتمام بقضايا المرأة والأسرة .

ولم تتناول " القاهرة الكبرى " أية قضية تتعلق بالمرأة الريفية خلال فترة التحليل رغم غلبة سكان الريف على إقليم القاهرة الكبرى كما لم تقدم أية قضية تخص المرأة البدوية ، مما يعكس عدم الإهتمام بهذه الفئة من فئات المرأة المصرية.

وقد يكون هذا منطقياً بالنسبة لإذاعة " القاهرة الكبرى " حيث أن المرأة البدوية " ليست من جمهورها المستهدف ، ولكنه أمر غير مبرر بالنسبة للشبكة الرئيسية فهى الإذاعة الأم التى يصل إرسالها الى كل أنحاء مصر منها محافظات الحدود التى تعيش فيها البدو وهى خمس محافظات .

(٣) جاءت قضية " تنظيم الأسرة " فى مقدمة قضايا المرأة المصرية والتنمية التى أهتمت بها الإذاعة إذ بلغت نسبتها ٢٥,٩ ٪ من إجمالى ما قدم بصفة عامة ، ثم جاء بعد ذلك موضوع " إكساب المرأة بعض المهارات والسلوكيات العملية التى تفيدها فى حياتها ٢٠,٥٪ ثم مقاومة بعض العادات الاجتماعية المتوارثة المعوقة للتنمية بنسبة ١١,٤ ٪ أما الموضوعات التى قل الإهتمام بها فكانت : إدارة المنزل .

وتخطيط ميزانية الأسرة بنسبة ٠,٦٪ فقط ، الأسعار والحد من إرتفاعها ، تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية وتشجيعها على المشاركة فى العمل النقابى ، عمالة الأطفال بنسبة ١,٢٪ لكل منهم من إجمالى ما نشر خاصاً بقضايا المرأة المصرية والتنمية.

(٤) كانت أهم الموضوعات الخاصة بالمرأة والتنمية التى ركزت عليها "الشبكة الرئيسية" (مرتبة تنازلياً) وهى :

١- مقاومة بعض العادات الإجتماعية وتقديم نماذج لسيدات ناجحات .
٢- عمل المرأة وأهميته وتقديم نماذج لسيدات ناجحات .
٣- إكساب المرأة بعض المهارات .
٤- تشجيع المرأة على العمل الإجتماعى .
٥- محو الأمية وتعليم المرأة .
٦- ثقافة المرأة .

وفى الإذاعة " القاهرة الكبرى " كان ترتيب هذه الموضوعات تنازلياً على النحو التالى :

١- تنظيم الأسرة بنسبة ٥٤,٩ ٪ من إجمالى ما قدمته حول قضايا المرأة والتنمية.
٢- إكساب المرأة بعض المهارات .
٣- الجمعيات والمنظمات النسائية .

ولم تتناول إذاعة " القاهرة الكبرى " بعض الموضوعات إطلاقاً رغم أهميتها من ذلك : تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية ونشر الوعي السياسي لديها، دور المرأة في الإنتاج ، ثقافة المرأة ، عماله الأطفال .

وبالنسبة لقضايا المرأة المصرية وتنظيم الأسرة فقد كان موضوع " تربية الأبناء ورعايتهم " هو أكثر الموضوعات التي نالت إهتماماً في هذا المجال بنسبة ٢٦,٨ ٪ من إجمالي تناول الإذاعة بخدمتها لقضايا المرأة والأسرة ، وجاء بعد ذلك موضوع " العلاقات الأسرية " بنسبة ٢٢,٥٠٪ من إجمالي الإهتمام بقضايا المرأة المصرية .

وتلي ذلك بنسبة متقاربة موضوعا " صحة الأسرة ونظام الغذاء كما وكيفا و"العلاقات الزوجية " (١٧,٥ ٪ ١٧,٢ ٪ على الترتيب) .

وجاء كل من موضوعي " الحفاظ على البيئة " و " التشريعات الخاصة بالأحوال الشخصية " بنسبة محدودة ومتقاربة وهي : ٢,٩ ٪ ، ٢,٢ ٪ على الترتيب، وجاء بعد ذلك موضوع " رعاية أبناء المرأة العاملة ودور الحضانة " بنسبة ١,٣٪ .

وجاءت عدة موضوعات بتكرارين أو بتكرار واحد وهي :

قضايا المسنات ، تزويج الفتيات الصغيرات لكبار السن ، الزواج المبكر ، الآثار المترتبة على تعدد الزوجات (بتكرارين لكل موضوع) ، المساواة بين الجنسين ، الآثار المترتبة على مشكلة الطلاق الميراث (بتكرار واحد لكل موضوع).

ولم تناول الإذاعة بعض الموضوعات إطلاقاً وهي : هجرة الأب للعمل بالخارج ، مشاكل الأسرة المغتربة .

وفيما يتعلق بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية فقد جاءت الموضوعات الخاصة بالعلاقات العاطفية في الترتيب الأول بنسبة ٢٣,٣٪ ثم موضوع " شئون المطبخ والطهي " بنسبة ٢١,٤ ٪ من إجمالي ما قدم حول الإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية .

وجاءت بعد ذلك الموضوعات الخاصة بشئون المنزل بنسبة ٨,٨٪ ، ثم الموضوعات الخاصة بالأزياء والموضة والأناقة بنسبة ٥,٦ ٪ الموضوعات الخاصة بالديكور والأثاث بنسبة ٤,٤٪ من إجمالي أذيع حول الإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية وقدم موضوع واحد فقط حول الريجيم والتخسيس .

(٥) بالنسبة لبرنامج المرأة فى التليفزيون فقد أظهر التحليل وجود تباين فى أولويات الإهتمام بالموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية بين القنوات التليفزيونية الثلاث . فكانت قضايا المرأة والأسرة أكثر القضايا التى عالجتها القناة الأولى٣٨,٦٪ من إجمالى القضايا التى تناولتها ، وجاءت قضايا المرأة المصرية والتنمية فى مقدمة إهتمامات القناة الثانية بنسبة ٣٩,٥ ٪ وكانت الموضوعات الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة فى المركز الأول بالنسبة الأولى للقناة الثالثة بنسبة ٥٦,٩٪ من إجمالى كل قضايا المرأة التى تتناولها كل منهم .

ويلاحظ اتفاق كل من القناة الأولى والشبكة الرئيسية فى عدم الإهتمام بالقدر الكافى بقضايا المرأة والتنمية إذ بلغت نسبة هذه القضايا فى القناة الأولى ٣١,٤٪ من إجمالى اهتمامها بقضايا المرأة ككل .

وفى الوقت نفسه ظهر اختلاف بين القناة الثالثة وإذاعة القاهرة الكبرى فى الإهتمام بهذه القضايا ، فبينما تولى إذاعة القاهرة الكبرى قضايا التنمية إهتماماً كبيراً لم تحظ هذه القضايا بالإهتمام الكافى من جانب القناة الثالثة ، إذ لم تزد نسبة تناولها عن ٩,٣٪ من إجمالى تناولها للموضوعات الخاصة بالمرأة ككل .

(٦) بلغت نسبة الموضوعات الخاصة بالمرأة الريفية فى القناة الأولى ٢٣,٩٪ من إجمالى القضايا الخاصة بكل قضايا المرأة ، وتقاربت نسبة ذلك فى القناة الثانية إذ بلغت ٢٣,٢٪ من أجمالى القضايا الخاصة بكل قطاعات المرأة ، ولم يظهر أى إهتمام بالمرأة الريفية فى القناة الثالثة .(*)

ولم تنال المرأة البدوية أى اهتمام من جانب القنوات الثلاثة مما يؤكد التجاهل الواضح هذا القطاع من النساء المصريات .

(٧) جاءت قضية " إكساب المرأة بعض المهارات " فى المركز الأول فى مجال تناول القنوات الثلاثة لقضايا المرأة المصرية والتنمية ، وإن تتفاوت نسبة ذلك إذ بلغت ٤٨,٩ ٪ فى القناة الأولى ، ٨٦,٧ ٪ فى القناة الثانية ، كما تناولت هذه القناة أيضاً موضوع " تنظيم الأسرة " بنسبة ١٣,٣ ٪ وبلغت نسبة تناول قضية " إكساب المرأة بعض

(*) يلاحظ أن التحليل اقتصر على برامج المرأة التى تقدم من خلال هذه ولم يشمل غير ذلك من البرامج .

المهارات " ١٠٠٪ مما قدمته القناة الثالثة خاص بقضايا المرأة والتنمية. وتناولت القناة الأولى الى جانب ذلك العديد من القضايا الخاصة بالمرأة والتنمية وهى (مرتبة تنازليا) :

١- محو أمية وتعليم المرأة .
٢- مقاومة بعض العادات الاجتماعية المتوارثة المعوقة للتنمية .
٣- تشجيع المرأة على الإبداع فنيا وأدبيا وعلميا .
٤- قضية تنظيم الأسرة .
٥- الجمعيات والمنظمات النسائية .

أما الموضوعات التى قدمت بنسب محدودة فكانت : عمل المرأة ، إدارة المنزل وترشيد أنماط الاستهلاك وهناك بعض الموضوعات لم يتم تناولها إطلاقاً وهى : نشر الوعى السياسى لدى المرأة وتشجيعها على المشاركة فى العمل النقابى، ثقافة المرأة .

وبالنسبة لقضايا المرأة المصرية والأسرة فقد شكل موضوع " صحة الأسرة ونظام الغذاء كما وكيفا " أكثر من نصف إهتمام التليفزيون بقنواته الثلاث (٥٥,٤٪) بهذه القضايا ككل ، وتلى ذلك موضوع " تربية الأبناء ورعايتهم " بنسبة ٣٧,٤٪ من إجمالى إهتمام التليفزيون بقنواته الثلاث بهذه القضايا . وفيما عدا ذلك تم تناول موضوع " العلاقات الزوجية " بنسبة ٢,١٦٪ من إجمالى إهتمام التليفزيون بقنواته الثلاث بقضايا المرأة المصرية والأسرة .

وقدمت القناة الأولى وحدها موضوعا واحدا حول الزواج المبكر وموضوعا آخر حول " العلاقات الأسرية " .

وفيما ذلك لم يتناول التليفزيون بقنواته الثلاث الكثير من القضايا التى تخص المرأة المصرية والأسرة إطلاقاً وهى : المساواة بين الجنسين ، رعاية أبناء المرأة العاملة ومشكلة دور الحضانة ، التشريعات الخاصة بالأحوال الشخصية ، الآثار المترتبة على مشكلتى الطلاق وتعدد الزوجات ، الحفاظ على البيئة ، هجرة الأب للعمل بالخارج ومشاكل الأسرة المغتربة ، المسنات ، الميراث ، تزويج الفتيات الصغيرات لكبار السن .

وفيما يتعلق بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية فقد جاءت الموضوعات الخاصة بالأزياء والموضة والأناقة فى الترتيب الأول من إهتمام التليفزيون بقنواته الثلاث بهذه الإهتمامات بنسبة ٢٨,٥٪ وتلى ذلك كل من الموضوعات الخاصة بالديكور والأثاث ،

الموضوعات الخاصة بشئون المطبخ والطهى بنسب ٢٠,٧٪ ، ١٢,٠٧٪ على الترتيب من إجمالى ما عرضته القنوات الثلاث خاص بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية .

وجاء بعد ذلك موضوع " شئون المنزل " بنسبة ٩,٥٪ ، "العلاقات العاطفية" بنسبة ٧,٧٦٪ ، " التجميل وتصفيف الشعر والمكياج " بنسبة ٦,٠٣٪ من إجمالى ما قدم حول الإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية .

وقدمت القناة الأولى موضوعاً واحداً حول الريجيم والتخسيس .

(٨) كشفت دراسة القائمين بالإتصال فى برامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون عن وجود إختلافات بين ترتيب أولويات القضايا التى يرى القائمون بالإتصال أنها تمثل أهم مشكلات التنمية فى الريف المصرى ، وبين ما يقدم بالفعل من خلال هذه البرامج ، فقد كان ترتيب هذه المشكلات من وجهة نظرهم على النحو التالى (مرتبة تنازليا) :

١- مشكلة الأمية .
٢- الهجرة من الريف إلى المدينة .
٣- تدهور النشاط الإنتاجى للقرية .
٤- زيادة النسل .
٥- المشكلات الصحية .
٦- إنتشار الخرافات .
٧- قلة الوعى .

أما مشاكل المرأة الريفية فكانت من وجهة نظرهم مرتبة تنازلياً وهى:

١- الأمية .
٢- زيادة النسل .
٣- الجهل بالعادات الصحية السليمة .
٤- زيادة الإستهلاك .
٥- العادات الإجتماعية البالية .

فى الوقت الذى لم تحظ فيه معظم هذه القضايا والمشاكل كما سبق التفصيل بالإهتمام الكافى فيما قدمته برامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون .

(٩) كشفت الدراسة الإستطلاعية لعينة من القائمين بالإتصال فى برامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون أن أغلبهم (٨٠٪ منهم) قد أتيحت لهم فرصة السفر إلى الريف المصرى ، غير أن معظم هذه الزيارات كانت بغرض زيارة الأهل وليس بهدف التغطية الإعلامية لما يحدث فى ريف مصر وقراها .

كما ترى نسبة ليست قليلة (٤٠٪) من القائمين بالإتصال الذين شملتهم عينة البحث أن موضوعات التنمية الريفية ومشكلات المرأة الريفية تحظى بإهتمام الخدمة الإذاعية أو التليفزيونية التى يعملون بها ، فى حين يرى ٣٣,٣٪ أن هناك إهتمام إلى حد ما بهذه الموضوعات ، ويرى ما يزيد عن ربعهم قليلا (٢٦,٧٪ منهم) أن الخدمات الإذاعية أو التليفزيونية التى يعملون بها لا تعطى إهتماما لموضوعات المرأة والتنمية فى الريف المصرى .

(١٠) تكشف كل من الدراسة التحليلية لمضمون برامج المرأة والدراسة الإستطلاعية للقائمين بالإتصال فى هذه البرامج أن المرأة تشكل الغالبية من العاملين فى برامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون ، خاصة بين المذيعات إذ تكاد كل هذه البرامج مع بعض الإستثناءات المحدودة تقوم بتقديمها النساء .

كما أوضحت الدراسة أن معظمهم مؤهلات تأهيلا جامعيا ، وإن كانت نسبة المؤهلين إعلامياً بينهم تعد محدودة نسبياً (٦,٧٪ فقط بين أفراد عينة البحث) .

وإن كان من بين الأمور التى تقلل من الآثار السلبية لذلك أن غالبيتهم (٨٧٪ منهم) قد حصلوا على دورات تدريبية فى مجال العمل فى برامج المرأة سواء قبل التعيين أو فى بدايته أو فى أثناء العمل ، وقد نظمت غالبية هذه الدورات من خلال معهد تدريب الإذاعة والتليفزيون ، إلى جانب بعض الدورات التى نظمها مركز تنظيم الأسرة بمعهد تدريب الإذاعة والتليفزيون ، والمركز القومى للسكان ، واليونسكو .

وقد أشار أفراد العينة إلى إستفادتهم من هذه الدورات فى زيادة خبراتهم ومعرفتهم بخصائص المرأة وكيفية التناول الإعلامى لمشكلاتها ، ولعل هذه النتيجة تبين أهمية إنشاء معهد أو مركز مماثل لتدريب الصحفيين من خلال التعاون بين كلية الإعلام ونقابة الصحفيين والمجلس الأعلى للصحافة والمؤسسات الصحفية حتى يتاح للصحفيين مثلهم

مثل الإذاعيين فرصة مستمرة ومنظمة للتدريب على مهارات العمل الصحفى ويكسبهم الخبرات المطلوبة فى التعامل مع فئات الجمهور فى مختلف المجالات والتخصصات ، خاصة وأن هذا البحث قد كشف أن معظم الصحفيات والصحفيين العاملين فى مجال صحافة المرأة لم تتح لهم الفرص الكافية للتدريب على العمل فى هذا المجال .

كما إتضح من الدراسة الإستطلاعية أيضاً أن معظمهم (٨٠٪ منهم) أتيحت له فرص المشاركة فى مؤتمرات أو ندوات تتعلق بالمرأة كما شارك ٣٣٪ منهم فى مؤتمرات تعالج موضوعات التنمية .

وأكد هؤلاء أنهم إستفادوا من حضور هذه المؤتمرات والندوات فى زيادة معلوماتهم عن المرأة ودورها والتعرف على الصعوبات التى تصادفها فى مجالات الأنشطة المختلفة والجهود المبذولة لزيادة فعالية دورها ، مما يمكنهم من تعريف الجمهور المستمع والمشاهد بهذه الموضوعات بطريقة سليمة .

(١١) من النتائج التى توصلنا اليها من الدورة التحليلية أن التليفزيون كان أكثر إهتماماً نسبياً من الإذاعة بالإعتماد على المتخصصين كضيوف وقائمين بالإتصال بشكل مباشر وليسوا كمجرد مصادر خاصة فى مجال قضايا المرأة والأسرة ، إذ بلغت نسبة الأعتماد عليهم خاصة الأطباء ٦٣,٣٪ مقابل ١٦,٩٪ فقط فى الاذاعة من إجمالى فئات القائم بالأتصال خلال فترة التحليل ، وبلغت هذه النسبة فى تناول قضايا المرأة والتنمية ٣٨,٧ ٪ فى التليفزيون مقابل ٢٢,٩ ٪ فى الأذاعة.

وفى مجال تناول موضوعات الإهتمامات التقليدية للمرأة فى التليفزيون مقابل ٢٣,٣٪ فى الأذاعة .

ويلاحظ إرتفاع نسبة الإعتماد على فئة " فنان " كقائم بالإتصال فى برامج المرأة الأعلامية بالإذاعة خاصة فيما يتعلق بقضايا المرأة والأسرة (٣٤,٧٪) والموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة (٤٧,٨٪) وذلك نظراً لتعدد الفقرات الدرامية والمسلسل والأغانى التى تتناول هذه القضايا والموضوعات .

وبالنسبة لمشاركة المستمعين والمشاهدين ، فقد ظهر بشكل عام عدا بعض الاستثناء ضعف مشاركتهم كقائمين بالإتصال فى برامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون ، وإذا كان

الاستثناء الوحيد هو مشاركتهم فى مناقشة قضايا المرأة والتنمية فى برامج المرأة بالتليفزيون حيث وصلت نسبة ذلك الى ٢٧,٩٪ في حين أن نسبة مشاركتهم لم تزد فى برامج المرأة بالإذاعة عن ٥ ٪ فقط .

(١٢) تبين من الدراسة التحليلية والدراسة المقارنة أن برامج المرأة فى الإذاعة كانت توفيقاً فى استخدامها للأشكال الإذاعية المختلفة لمعالجة قضايا المرأة والتنويع فى ذلك ، خاصة فيما يتعلق بقضايا المرأة والتنمية إذ استخدمت بشكل كبير "الحوار" وهو شكل إذاعى جذاب للمستمع لوجود صوتين مما يؤدى الى إثراء مادة الحوار ، وكذلك إستخدام " المسلسل " الذى يعد من الأشكال غير المباشرة خاصة فى مجال الإرشاد والنصح ، وذلك من خلال مسلسل " عيلة مرزوق " وهو من أشهر المسلسلات الإذاعية ، ويتسم بمعايشة الواقع وتجسيد السلبيات وإلقاء الضوء عليها والتأكيد على القيم الإيجابية .

كما إستخدام أيضاً " الأغانى " و " التحقيق الإذاعى " .

غير أنه يؤخذ على الإذاعة استخدامها فى بعض الحالات وبشكل كبير خاصة فى تناول مشاكل المرأة والأسرة شكل " الحديث المباشر " الذى يعد من أضعف الأشكال الإذاعية وأقلها جذباً للمستمع .

أما الأشكال التليفزيونية المستخدمة فكانت أقل تنويعا وبعضها لم يكن يتناسب مع خصائص التليفزيون خاصة شكل " الحديث المباشر " الذى إستخدم بشكل كبير (٦٦,٧٪) فى معالجة قضايا المرأة والتنمية رغم أنه ليس شكلاً تليفزيونياً جذاباً أو صالحاً لمناقشة مثل هذه القضايا الحيوية .

ويظهر أيضا إستخدام " الأغنية " بنسبة محدودة ، وكذلك الفقرات الدرامية ، التى إقتصر إستخدامها على برنامج " لكل عروسين " الذى يعرض على القناة الثالثة.

كما ظهر إستخدام " الإعلانات " بنسبة ليست قليلة (١٦,٣٪) فى معالجة بعض الموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة لكثرة الإعلانات عن الملابس الجاهزة والموبيليا والأعشاب الطبية ومحلات العطارة .

(١٣) يمكن القول بصفة عامة ومع إستثناءات محدودة أن المعالجة الإذاعيـة للمـواد الخاصة كانت معالجة جيدة إذ إتسمت بالملامح التالية :

١- التركيز علىّ تناول القضايا من أكثر من زاوية أى النظرة إليها بشكل متكامل وشامل.

٢- الميل إلى التحليل أى الربط بين الأسباب والنتائج عند تناول قضية ما أو مشكلة ما .

٣- من المآخذ على هذه المعالجة غلبة الإتجاهين المحايد والمتحيز عليها ، وهبـوط نسبة المعالجة المتوازنة ، إذ لم تزد عن ١٢,٢٪ من إجمالى ما أذيع .

٤- كـان مسـار البرهنـة المستند علـى المنفعـة الذاتيـة هـو أكـثر مسـارات البرهنـة إستخداماً فى المواد المذاعة التى تحمـل رأيـا تحـاول الإقنـاع بـه بنسـبة ٥٣,٣٪ تلـى ذلـك البرهان العقلى بنسبة ٢٨,٥٪ ، أما المسارات الأخرى للبرهنة فإستخدمت بنسب قليلة .

أما الملامح التى إتسمت بها المعالجة التليفزيونية فتتمثل فى :

١- التركيز بنسبة كبيرة على المعالجات التى تتناول القضايا من أكثر من زاوية .

٢- توقفت نصـف المعالجـات عنـد مستوى المعالجـة المجـردة والإكتفـاء بسـرد المعلومات ، أم المعالجة التحليلية فبلغت نسبتها ٢٩,٥٪ والمعالجة التفسيرية ٢٠,٥٪ .

٣- غلـب علـى المعالجـة الإتجـاه المحـايد (٥٢,٣٪ من المعالجـات) وبلـغ إتجـاه المعالجة المتوازنة ٢٧,٣٪ والإتجاه المتحيز ٢٠,٤٪ .

٤- تساوى الإستناد إلى البرهان العقلى وبرهان المنفعة الذاتية بنسـبة ٣٦,٤٪ لكـل منهما . ويلاحظ ظهور البرهان الدينى بنسبة ٩,١٪ بالمرأة فقد ظهـر أن نسـبة كبـيرة مـن هذا المضمون إستهدفت المرأة بصفة عامة دون تحديد لقطاع أو فئة من النسـاء رغـم أهميـة التوجه إلى كل فئة من فئاتهم بما يتناسب مع إحتياجاتهـا وخصائصهـا ، ويلاحـظ أن الفتـاة المراهقة نالت قليلاً من الإهتمام ، أما المرأة كبيرة السن التى تجاوزت مرحلة الشـباب فلـم تنل أى نسبة من الإهتمام .

كما ظهر من التحليل أيضاً أن المرأة الريفية بالتحديد لم تكن مستهدفة بمـا يتناسـب مع حجمها الحقيقى فى المجتمع .

هـذا فـى الوقـت الـذى يتصـور القـائمون بالإتصـال فـى برامـج المـرأة بالإذاعـة والتليفزيون سمات جمهورهم المستهدف على النحو التالى :

إن غالبيتهم من النساء يقعن فى الفئة العمرية من ٣٠-٥٠ سنة متوسطى التعليم ربات بيوت من سكان المدن والحضر والقرى ينتمى غالبيتهم إلى سكان الأحياء المتوسطة.

ونعتقد أن هذا التصور - إلى حد ما - مع ما كشفت عنه الدراسة التحليلية لمضمون ما يقدم للتعرف على المستهدفين به .

يضاف إلى ذلك أن القائمين بالإتصال يرون أنهم يتوجهون إلى المجتمع الريفى بما يقدمون من برامج ، وأن فئات الجمهور الريفى التى يخاطبونها هى (مرتبة تنازلياً من وجهة نظرهم) :

١- المرأة الريفية غير الأمية .

٢- المرأة الريفية الأمية .

٣- المرأة والرجل معاً فى الريف .

٤- المسئولين من ذوى التأثير على المجتمع الريفى .

ويلاحظ أن التحليل كشف أن المرأة الريفية غير مستهدفة فى معظم الأحيان بما يقدم من خلال برامج المرأة .

(١٥) ظهر من البحث محدودية ما تم تقديمه فى برامج المرأة فى الإذاعة المصرية (بخدميتها) حول المرأة فى العالم ، إذ لم تتعرض لها سوى أربع فقرات فقط ، ثلاث منها قدمتها " الشبكة الرئيسية " وفقرة واحدة قدمتها إذاعة " القاهرة الكبرى " وتناولت هذه الفقرات : دور المرأة العربية فى تونس فى تنظيم الأسرة ، حياة المرأة الكويتية ، نموذج للمرأة العاملة الباكستانية ، تجارب الدول النامية فى مجال تنظيم الأسرة .

ولم تتناول برامج المرأة فى التليفزيون بقنواته الثلاث أى قضايا تتعلق بالمرأة فى العالم خلال فترة التحليل .

(١٦) كانت غالبية الموضوعات العامة - غير المتصلة مباشرة بقضايا المرأة والتى تناولتها برامج المرأة فى الإذاعة - هى ما يتعلق بالخدمات بنسبة ٧١,١٪ كما قدمت هذه البرامج بعض الموضوعات العامة الأخرى بتكرارات محدودة وهى بعض المواد الدينية بنسبة ٦,٧٪ ، الإهتمامات الإنسانية بنسبة ٤,٤٪ من إجمالى ما قدم من موضوعات عامة .

وقدمت الشبكة الرئيسية موضوعاً واحداً يتعلق بالعلوم .

كما كانت الموضوعات الخاصة بالخدمات هى الغالبة أيضاً على ما قدمه التليفزيون بقنواته الثلاث من موضوعات عامة بنسبة ٦٨,٤٪ .

كما قدمت بعض المواد الأخرى المتعلقة بالإقتصاد والبيئة (تكرارين لكل منهما) ومادة واحدة دينية قدمتها القناة الثانية بالتليفزيون .

(١٧) يلاحظ أن التليفزيون خلال فترة التحليل قدم بعض الأفلام والمسلسلات وغيرها من الأعمال الدرامية التى تتضمن بعض المضامين المتعلقة بقضايا المرأة، إلى جانب ما قدم خاص بذلك ضمن بعض البرامج غير برامج المرأة وكانت أهم المضامين التى طرحت من خلال ذلك :

١- بعض القضايا التنموية فى الريف كتعليم الأطفال فى الريف ، وعمالة الأطفال فى سن مبكرة ، حث الشباب وتشجيعهم على إستصلاح الأراضى والإقامة فى الريف ، بعض الإرشادات الزراعية لزيادة الإنتاج الزراعى ، وذلك من خلال برنامج " سر الأرض " .

٢- المغالاة فى مظاهر الزواج ، وإقتراح إستبدال الشبكة بهدية رمزية .

٣- أسس إختيار شريك الحياة .

٤- علاقة الحماة بزوجة الإبن .

٥- تطلع المرأة فى الريف للحياة فى المدينة .

٦- عمل المرأة .

٧- تربية الأبناء .

٨- العلاقات الزوجية .

٩- الطلاق والخلافات الزوجية ، وتأثيرها على الأبناء .

١٠- المشكلة السكانية ، وبالذات فى الريف . .

١١- الميراث .

١٢- عمل المرأة كموديل فى الإعلان .

وحملت هذه المضامين الكثير من القيم الإيجابية مثل التنمية والتعليم والمشاركة والعمل والترشيد والبساطة والأمومة والتضحية والمودة والتعاطف والتعاون .

الفصل الثانى ..

النتائج والتفسيرات

أولاً :

لم تهتم وسائل الإعلام الجماهيرى فى مصر بشكل عام مع بعض الإستثناءات بقضايا المرأة والتنمية بالقدر الكافى والمطلوب .

إذ إحتلت القضايا الخاصة بالمرأة والتنمية (المرأة المصرية عامة وليست المرأة الريفية فحسب) الترتيب الثانى فى أولويات إهتمام كل من الجرائد اليومية والجرائد الأسبوعية .

وجاءت فى مؤخرة إهتمام كل من المجلات الأسبوعية والمجلات النسائية المتخصصة، وكذلك الشبكة الرئيسية للإذاعة قياساً لإجمالى إهتمامها بقضايا المرأة المصرية (بنسبة ١٦,٧٪) .

وبلغت نسبة إهتمام القناة الأولى فى التليفزيون بهذه القضايا ٣١,٤٪ .

ونالت هذه القضايا إهتماماً ملحوظاً فى كل من إذاعة القاهرة الكبرى والقناة الثانية للتليفزيون ، إذ بلغت نسبة ذلك ٤٣,٣٪ من إجمالى إهتمام إذاعة القاهرة الكبرى (وإن إقتصر ذلك على قضايا التنمية والمرأة المصرية الحضرية) .

وبلغت نسبة ذلك ٣٩,٥٪ من إجمالى إهتمام القناة الثانية بالتليفزيون قياساً لإجمالى إهتمامها بكل قضايا المرأة المصرية .

وقد بلغ الإهتمام بقضايا المرأة المصرية فى وسائل الإعلام الجماهيرى ككل ٢٣,٦٪ من إجمالى الإهتمام بكل قضايا المرأة المصرية والأسرة ٣٦,٩٪ ، ووصلت نسبة تناول الموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية (كالأزياء والطهى والتنظيف ..) ٣٩,٥٪ .

ثانياً :

ظهر من التحليل الغياب شبه الكامل للإهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية فلم تتجاوز نسبة تناول قضاياها فى الجرائد اليومية ٢,٣٪ فقط وفى الجرائد الأسبوعية ٩,٥٪ من إجمالى تناول القضايا التى تخص كل قطاعات المرأة المصرية ، رغم أن إحدى الجريدتين الأسبوعيتين وهى جريدة " التعاون " موجهة أصلاً للقرويين فى ريف مصر ، غير أن نسبة إهتمامها بقضايا المرأة الريفية لم تزد عن ١٢,٢٪ فقط من إجمالى إهتمامها بكل قضايا المرأة المصرية بكل قطاعاتها.

ولم يظهر أى إهتمام بالمرأة الريفية فى المجلات العامة ، فى حين وصل حجم إهتمامها بالمرأة الحضرية وحدها إلى ٩٧,٥٪ من إجمالى الإهتمام بقطاعات المرأة المصرية.

أما حجم الإهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية فى المجلات النسائية المتخصصة (حواء ونصف الدنيا) فلم يزد عن ٠,٧٪ فقط (خمسة تكرارات معالجة قضايا كل قطاعات المرأة المصرية التى بلغت ٧,٢ تكراراً فى المجلتين معاً) .

وجاءت قضايا المرأة الريفية والتنمية بنسبة ٨,٤٪ من إجمالى إهتمام الشبكة الرئيسية للإذاعة المصرية بقضايا المرأة المصرية والتنمية ، و١,٨٪ من حجم الإهتمام بقضايا المرأة والأسرة .

ولم تتناول إذاعة القاهرة الكبرى أية موضوعات تتعلق بالمرأة الريفية (خلال فترة التحليل) رغم غلبة سكان الريف على إقليم القاهرة الكبرى (الذى يضم محافظات القاهرة والقليوبية والجيزة) .

وبلغت نسبة الموضوعات الخاصة بالمرأة الريفية فى القناة الأولى للتليفزيون المصرى ٢٣,٩٪ من إجمالى الإهتمام بالموضوعات الخاصة بكل قطاعات المرأة المصرية .

وبلغ حجم الإهتمام بهذه الموضوعات فى القناة الثانية للتليفزيون المصرى ٢٣,٣٪ من إجمالى تناولها لكل قضايا المرأة المصرية بكافة قطاعاتها ، ولم يظهر أى إهتمام بالمرأة الريفية فى القناة الثالثة للتليفزيون رغم أن هذه القناة هى خدمة تليفزيونية تستهدف إقليم القاهرة الكبرى أيضاً .

ومن العرض السابق يظهر أن التليفزيون كان أفضل وسائل الإتصال الجماهيرى المصرية فى إهتمامه النسبى بتناول بعض قضايا المرأة الريفية .

أما وسائل الإعلام الجماهيرى الأخرى وهى الإذاعة والجرائد العامة (اليومية والأسبوعية) والمجلات النسائية المتخصصة فلم يتضح وجود مكان ملائم للمرأة الريفية على خريطتها .

وإجمالاً فقد بلغ حجم الإهتمام بقضايا المرأة المصرية قياساً لكل ما قدم فى وسائل الإعلام الجماهيرى المصرية خلال فترة التحليل يتناول قضايا المرأة المصرية بكل قطاعاتها ٣,٦٪ ، فى حين إستأثرت المرأة المصرية الحضرية بنسبة ٤٠,٤٪ ولم تنل المرأة البدوية إلا حيزاً محدوداً للغاية لم يتجاوز ٠,١٪ .

ثالثاً :

إتضح من البحث أيضا فى الدول المتقدمة إستأثرت بالإهتمام الأكبر فى ترتيب أولويات إهتمام وسائل الإعلام الجماهيرى المصرية بالمرأة غير المصرية فى مختلف دول العالم .

إذ إحتلت الترتيب الأول فى كل الصحف المصرية عدا المجلات النسائية المتخصصة ، حيث شغلت فى هذه المجلات الترتيب الثانى بين دوائر إهتمامها بكل فئات المرأة فى العالم .

أما فى الإذاعة والتليفزيون فقد كان تناول المرأة فى العالم محدوداً فلم يتم تناولها إطلاقا فى التليفزيون ، وتم تناول بعض قضاياها فى الإذاعة فى أربع فقرات فقط ، فقرتين عن المرأة العربية وفقرة واحدة عن المرأة فى الدول الإسلامية ، وفقرة واحدة عن المرأة فى الدول الإسلامية ، وفقرة واحدة عن المرأة فى الدول النامية .

وبشكل عام فقد حظت المرأة فى الدول المتقدمة بنسبة ٣٦,٣٪ من إجمالى إهتمام كل وسائل الإعلام الجماهيرى المصرية خلال فترة التحليل بكل قضايا المرأة فى العالم، فى حين لم تنل المرأة العربية سوى ٧,٦٪ ، والمرأة فى الدول الإسلامية ٤,٧٪ والمرأة فى الدول النامية ٨,٣٪ من إجمالى الإهتمام بكل قضايا المرأة فى العالم .

رابعاً :

(١) يمكن القول أن الملامح الغالبة على صورة المرأة المصرية كما قدمتها وسائل الإعلام الجماهيرى فى مصر مع إستثناءات قليلة تتمثل فيما يلى :

١/١ النظرة للمرأة كأنثى (جنس فقط) وليس إنسانا (بصرف النظر عن جنسه) يرتبط بمشكلات مجتمعه ويسهم فى تنميته .

فأدوار المرأة المصرية – من وجهة نظر هذه الوسائل – هى دورها كإمرأة وأنثى فى الترتيب الأول ، ثم دورها كزوجة وأم فى المقام الثانى وهناك إهمال إلى حد كبير للإهتمام بدور المرأة المصرية كمواطنة تشارك فى بناء مجتمعها .

٢/١ تظهر هذه الوسائل المرأة على أنها مهتمة بالمظاهر والشكليات وتلهث وراء أحدث الموضات والتقليعات ، لا شئ سوى الإهتمام بزينتها وأناقتها وجمالها.

٣/١ كما تقدم المرأة المصرية أحياناً على أنها عاطفية سطحية تفضل الراحة والمكوث فى البيت بعد تخرجها من الجامعة وعدم العمل خارجه ، وتسعى بكل الوسائل لإرضاء رجل فى حياتها (زوج ... صديق ...) قد يكون متردداً أو مغروراً أو شكاكاً.(*)

وموضوع ثان فى العدد الصادر فى ١٩٩٢/٧/٢٣.

(٢) لا تختلف هذه الصورة كثيراً عن صورة المرأة المصرية عند القائمين بالإتصال فى الإعلام النسائى فى وسائل الإعلام الجماهيرى المصرية والتى تتمثل ملامحها فيما يلى :

١/٢ طرح ثلث أفراد العينة القائمين بالإتصال يرون المرأة المصرية كائناً سلبياً غير قادرة على إتخاذ القرارات ، سطحية مسرفة ، تشكل عائقاً أمام التنمية،وإنها عاطفية ونكدية أحياناً.

٢/٢ طرح ثلث أفراد هذه العينة فقط بعض الملامح الإيجابية لصورة المرأة المصرية على أنها نشطة تقوم بأعمال مفيدة لمجتمعها .

(٣) أن غالبية القائمين بالإتصال فى الإعلام النسائى لديهم صورة غير إيجابية عن المرأة الريفية تتمثل ملامحها فيما يلى :

١/٣ أنها كائن سلبى على هامش الحياة متخلفة عبدة للرجل مسكينة مغلوبة على أمرها مقهورة مطحونة ، تتحكم فيها عادات موروثة وتعانى من الأمية والمرض قليلة الحيلة ، وهى تفتقر إلى الوعى ، وتعطى بلا حدود دون أن يكون لها أية حقوق ، وأنها أيضاً غير قادرة على التفكير الصائب ، سطحية غير قادرة على إتخاذ أية قرارات وهى كثيرة الإنجاب ، وتعمل من أجل الحصول على المال فقط .

٢/٣ المرأة الريفية عند قلة من القائمين بالإتصال فى الإعلام النسائى منتجة ومشاركة فى التنمية وتعمل فى صمت ، بل أنها أحياناً تكون أنشط من المرأة الحضرية تدير دفة التنمية إلى جانب الرجل ، وهى مضحية تشارك فى أحداث الحياة وتتميز بحسن التدبير والذكاء ، وهى مساوية لزوجها تماماً .

ورغم أن هناك تناقض واضح بين ملامح هذه الصورة عند الغالبية والأقلية من القائمين بالإتصال فى الإعلام النسائى ، غير أن الغالب هو أن صورة المرأة الريفية عند

(*) هناك تركيز كبير على هذه النوعية من الموضوعات التى تعالج العلاقة الخاصة بين الرجل والمرأة خاصة فى بعض المجلات مثل مجلة " صباح الخير " وهى علاقات فى الغالب تبدو فيها المرأة كائناً لا يستطيع الحياة أو الإستمرار بدون الرجل حتى ولو كان هذا الرجل يعانى من عقد نفسية أو إجتماعية .
(من نماذج ما نشر : الموضوع الذى نشر فى العدد الصادر فى ١٩٩٢/٧/١٦م) .

هؤلاء القائمين بالإتصال يغلب عليها سمات الضعف والسلبية والجهل ، وأنها مغلوبة على أمرها تعانى من تسلط الرجل .

ومما لاشك فيه أن هذه النتيجة تؤكد أن وسائل الإعلام الجماهيرى فى مصر تتحمل جانباً كبيراً من مسئولية تكريس الأوضاع السيئة التى تعانى منها المرأة المصرية عامة ، والمرأة الريفية خاصة ، نتيجة تأثر الرأى العام بالصورة التى تقدمها هذه الوسائل عن المرأة وترسخها فى الأذهان .

ووسائل الإعلام لا تقتصر مسئولياتها على تصوير الوضع المختل على حاله، بل تزيد فى تعميق هذا الإختلال ، فهى تظهر المرأة الريفية تستهين بذاتها وتعتمد على الرجل ، ويعوزها المنطق وتؤمن بالخرافات ولا تتحكم فى عواطفها .

وهذه الوسائل كان يمكنها أن تسهم بدور مهم فى الحث على تغيير هذه الأوضاع لو أنها تخلت عن تركيزها على هذه الصور غير الإيجابية ، وسعت إلى تهيئة الرأى العام ومساعدته على تقبل صورة إيجابية للمرأة تقوم على المساواة بين الجنسين نظرياً وفعلياً للحد من إنعزال المرأة عن الرجل ، ومساعدتها على الإندماج فى المجتمع .

وقد أكدت العديد من البحوث العلمية (*) أن وسائل الإعلام الجماهيرى يمكن أن تساعد فى دمج المرأة الريفية فى التنمية إذا ساعدت فى إزالة الأسباب التى تضعف من مشاركة المرأة الريفية فى برامج التنمية ومشروعاتها ومن أهمها : أميتها ، نظرة المجتمع الريفى لها. نظرتها لنفسها ، وإعتقادها أن حل مشكلات المجتمع هى مسئولية الرجل وحده وأن دورها يقتصر على رعاية أسرتها .

(*) من نماذج هذه البحوث

(١) ليلى عبد المجيد :" دور وسائل الإتصال الجماهيرى فى إدماج المرأة فى التنمية " فى مؤتمر المرأة والتنمية ، جامعة الأزهر والمجلس الاعلى للشئون الإسلامية بوزارة الاوقاف ، أبريل ١٩٩١م.

(٢) ماجى الحلوانى :" دور وسائل الإعلام فى القضاء على أمية المرأة العربية " مجلة الدراسات الإعلامية ، ع٤٩ ، أكتوبر نوفمبر ١٩٨٧م.

(٣) عاطف عدلى العبد :" دور الإذاعة الصوتية فى تغيير النظرة التقليدية للمرأة فى القرية ، دراسة ميدانية فى قرية مصرية " ، رسالة ماجيستير غير منشورة كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ١٩٧٩م.

(٤) سلوى عبد الحميد الطويل :" دور المرأة فى عمليات التنمية الريفية ، دراسة ميدانية فى إحدى قرى مركز بلقاس " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الدراسات الإنسانية ، جامعة الأزهر ، ١٩٧٩م.

(٥) إبراهيم عبد الرحمن حسن عودة : " الإعلام وتنمية المجتمع المحلى ، دراسة سوسيولوجية بمدينة العريش حول تأثير الإعلام فى مجال التنمية بعد الإحتلال الإسرائيلى " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة الزقازيق ، ١٩٨٨م.

(٦) سامية الجندى : " واقع القرية المصرية وآفاق مستقبل التنمية للمرأة والطفل فى الريف " فى مؤتمر المرأة والتنمية ،جامعة الأزهر بالإشتراك مع المجلس الاعلى للشئون الإسلامية ، القاهرة إبريل ١٩٩٢م.

خامساً :

يمكن القول بشكل عام أن وسائل الإعلام الجماهيرى عدا الإذاعة فى معظم الأحيان لم توفق فى الكيفية التى عالجت بها قضايا المرأة المصرية خاصة المرأة الريفية .

واتسمت هذه المعالجات بالملامح التالية :

١- التوقف عند مستوى المعالجة السردية التقريرية دون الإهتمام الكافى بالتفسير والتحليل .

٢- السلبية عند طرح القضايا الخاصة بالمرأة ، وعدم تبنى موقف أو رأى واضح فى كثير من الأحيان ، إضافة إلى بعض المعالجات الأخرى التى بدأت فيها وسائل الإعلام متحيزة لوجهة نظر بعينها فى الغالب هى وجهة نظر وسيلة الإعلام دون السماح للآراء الأخرى بأن تعبر عن نفسها .

٣- المعالجات الجزئية لمشاكل المرأة المصرية دون تناولها بشكل متكامل من كل زواياها .

٤- إعتمدت معظم وسائل الإعلام الجماهيرى على المتخصصين والمتخصصات كمصادر لمادتهم الإعلامية بنسبة كبيرة ، وإن كان يؤخذ على وسائل الإعلام أن معظمها كان يعتمد إعتماداً محدوداً على مساهمات القراء والقارئات والمستمعين والمستمعات والمشاهدين والمشاهدات ، وإن كانت بعض الإستثناءات فى هذا المجال .

وتفصيلاً لذلك :

١- مالت الصحف اليومية والجرائد الأسبوعية إلى الإكتفاء عند معالجة قضايا المرأة المصرية بالمعالجة التقريرية وسرد المعلومات أى التوقف عند مستوى المعالجة المجردة مستخدمة الأشكال الإخبارية بشكل كبير .

وظهر إتجاه محدود لتقديم تغطية تفسيرية وتحليلية لبعض هذه الموضوعات وإختلفت المجلات الأسبوعية فيما بينها ، وبينما مالت مجلة " صباح الخير " إلى المعالجة التحليلية والتفسيرية وإستخدام الأشكال الإستقصائية (حديث صحفى ، تحقيق صحفى ...) إتجهت مجلة " أكتوبر نحو الإكتفاء بسرد المعلومات والتوقف عند مستوى المعالجة المجردة دون تفسير الحقائق أو الأحداث وتحليلها ، رغم كونها مجلة أسبوعية لديها الوقت الكافى للقيام بهذه المهمة .

أما مجلتا " حواء " و " نصف الدنيا " فقد إتجهتا نحو المعالجة التحليلية والتفسيرية للموضوعات الخاصة بالمرأة ، وإن ظهر فى معالجتها لثلث هذه الموضوعات تقريباً اكتفائها بالمعالجة التقريرية والتسجيلية .

وكانت المعالجة الإذاعية بشكل عام ومع بعض الإستثناءات جيدة فمالت إلى التحليل . أما المعالجة التليفزيونية فقد توقفت فى حالات كثيرة عند مستوى المعالجة المجردة والإكتفاء بسرد المعلومات دون تحليلها وتفسيرها .

٢- لم تهتم الصحف العامة - يومية وأسبوعية - كثيراً بطرح الآراء المختلفة ووجهات النظر المتعددة حول بعض قضايا المرأة ، كما بدت سلبية عند طرحها لبعض القضايا فلم تطرح رأياً واضحاً أو معلناً ، مما يعكس عجزها عن تبنى موقف أو الدفاع عن إتجاه معين أو التصدى بشجاعة كافية للمشاكل التى تواجه المرأة .

وحتى فى الحالات القليلة التى طرحت فيها رأيها فإنها إكتفت بذلك دون أن تسعى لطرح الآراء الأخرى مما يعكس محاولة فرض وجهة نظر معينة على القراء دون طرح وجهات النظر الأخرى حتى يتسنى للقراء التقييم والحكم وتحبيذ وجهة نظر معينة.

وكان الإتجاه إلى المعالجة المحايدة واضحاً فى المجلات الأسبوعية ، فلم تبد رأياً فى الكثير من الأحيان ، وإن ظهر إتجاه واضح للمعالجة المتحيزة فى مجلة "صباح الخير" أى التركيز على وجهة نظرالمجلة (أو الكاتب أو المحرر) دون وجهات النظر الأخرى .

وتميل المجلات النسائية المتخصصة إلى المعالجات المتحيزة ، والتركيز على وجهة نظر واحدة دون إفساح المجال لوجهات النظر الأخرى .

وظهر فى الصحف - بشكل عام جرائد ومجلات عامة ونسائية متخصصة - إنخفاض نسبة إستخدام مواد الرأى ، ومحدودية الإستعانة برسائل القراء فى معظم هذه الصحف .

وعاب المعالجة الإذاعية - بشكل عام ومع بعض الإستثناءات - غلبة الإتجاهين المحايد والمتحيز فيما طرحت من آراء ، كما غلبت على المعالجة التليفزيونية المعالجات المحايدة السلبية الإتجاه .

٣- عند مناقشة بعض مشاكل المرأة فإن الصحف اليومية - عكس الجرائد الأسبوعية - تكتفى - فى أغلب الأحيان - بعرض زاوية واحد فقط كالإكتفاء بتناول أسباب المشكلة فقط

أو مظاهرها فقط أو طرح بعض الحلول لها فقط ، دون أن تقدم معالجة متكاملة تجمع بين أكثر من زاوية من هذه الزوايا .

وكان الغالب فى المجلات العامة عند طرح مشاكل المرأة المصرية الإكتفاء بعرض مظاهر المشكلة دون تناول أسبابها أو الإهتمام بطرح بعض الحلول المناسبة لها .

أما المجلتان النسائيتان المتخصصتان (حواء ونصف الدنيا) فقد ركزتا عند تناول بعض مشاكل المرأة على تقديم معالجة متكاملة وشاملة تتناول أكثر من زاوية (أسباب المشكلة ومظاهرها وطرح بعض الحلول لها) .

وكانت المعالجة الإذاعية والتليفزيونية – فى هذا المجال – موفقة إذ كانت تتناول معظم قضايا المرأة من أكثر من زاوية بشكل متكامل وشامل .

٤- تعتمد الصحف اليومية والمجلات العامة بنسبة كبيرة على المتخصصات كمصادر للمادة الصحفية الخاصة بالمرأة ، وكان الإعتماد على هذه الفئة من المصادر محدوداً فى المجلات النسائية المتخصصة (حواء ونصف الدنيا) إذ إعتادت هذه المجلات على نشر الكثير من موضوعاتها دون تحديد مصادر المعلومات الواردة بها .

ولا تهتم الجرائد الأسبوعية بالإستعانة بالمتخصصين والمتخصصات كمصادر لمادتها الصحفية .

وكان الإعتماد على هذه الفئة محدودة كمصادر للمادة الإذاعية الخاصة بالمرأة ، فى الوقت الذى كان التليفزيون أكثر إهتماماً من الإذاعة بالإستعانة بالمتخصصين والمتخصصات كمصادر للمادة التليفزيونية الخاصة بالمرأة .

ومن الملاحظات السلبية أن معظم وسائل الإعلام الجماهيرى لا تفسح المجال بالقدر الكافى للمواطنين والمواطنات من القراء والمستمعين والمشاهدين للتعبير عن أنفسهم ولا تعتمد عليهم بالقدر المطلوب كمصادر لمادتها الإعلامية .

إذ ظهر ضعف نسبة الإعتماد على القراء والقارئات فى الصحف اليومية وإن كانت جريدة " الاخبار " تعتبر إستثناءاً فى هذا المجال ، كما كان هذا هو الإتجاه نفسه فى المجلات العامة عدا مجلة " صباح الخير " التى تميزت بإستعانتها بالقراء والقارئات بشكل كبير وفى المجلات النسائية المتخصصة (حواء ونصف الدنيا) .

كما إتضح ضعف نسبة الإستعانة بالمستمعين والمشاهدين كمصادر للمادة الإذاعية والتليفزيونية الخاصة بالمرأة ، ولم تهتم الجرائد الأسبوعية إطلاقاً بالإستعانة بالقراء والقارنات.

من خلال مقارنة نتائج هذا البحث بالنتائج التى توصلت إليها البحوث والدراسات السابقة التى تناولت قضايا المرأة المصرية وصورتها فى وسائل الإعلام المصرية (ثبت كامل بهذه البحوث ملحق بالبحث) يمكن أن نصل إلى أهم الملامح التالية :

١- هناك تحسن فى إتجاه هذه الوسائل نحو توجيه مزيد من إهتمامها للقضايا الأخرى بالمرأة غير تلك الموضوعات المتعلقة بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية (كالإهتمام بجمالها وأدوارها بالمنزل وما تمارسه من مهام فى هذا المجال فى المطبخ والطهى والعناية بشئون المنزل) .

إذ هبطت إلى حد ما نسب الإهتمام بهذه الموضوعات التى تؤكد على الأدوار التقليدية للمرأة المصرية فى مقابل مزيد من الإهتمام بقضايا المرأة المصرية والأسرة وعلاقتها الإجتماعية والزوجية ومسئولياتها كأم فى عملية التنشئة الإجتماعية ، ورعاية أسرتها صحياً ونفسياً وإجتماعياً قياساً لما أسفرت عنه نتائج البحوث السابقة .

غير أن الإهتمام بقضايا المرأة والتنمية ما زال دون المستوى المطلوب والمأمول .

وتفصيلاً لذلك :

١/١ إتفقت نتائج هذا البحث إلى حد كبير مع نتائج البحوث السابقة التى أشارت إلى أن وسائل الإعلام المصرية (الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات العامة ومجلة حواء النسائية المتخصصة وبرامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون والأفلام السينمائية والدراما الإذاعية والتليفزيونية) ما زالت تركز على الأدوار التقليدية كزوجة وأم وربة بيت أكثر من تركيزها على أدوارها كإمرأة عاملة تشارك فى التنمية والإنتاج والحياة السياسية وإتخاذ القرار وكمبدعة.

٢/١ أن موضوع " تربية الأبناء ورعايتهم " وكذلك موضوع " صحة الأسرة ونظام الغذاء كماً وكيفاً " ما زال أكثر الموضوعات التى تهتم بها الصحف اليومية والأسبوعية ، وهو ما توصلت إليه نتائج البحث السابقة ، وإن إختلف ذلك فى المجلات العامة التى ظهر أن أكثر إهتمامها أنصب على موضوع " العلاقات الزوجية " بما يمثل ثلثى إهتمامها بقضايا

المرأة المصرية والأسرة ، وهذا يختلف مع نتائج البحوث السابقة التى أشارت إلى أن المجلات الأسبوعية شأنها شأن الصحف اليومية والأسبوعية ركزت على تربية الأبناء والمعاملات الأسرية .

٣/١ ما زالت مجلة " حواء " توجه أغلب إهتمامها إلى الموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية كالموضة والطهى والتجميل وشئون المنزل ، كما وجهت المجلة إهتمامها فى المقام الثانى للموضوعات المتعلقة بالعلاقات الزوجية وتربية الأبناء ، وهو ما يتفق إلى حد كبير مع نتائج البحوث السابقة التى أكدت أن مجلة " حواء " تركز على الإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية ، والعلاقات الأسرية ، وموضوعات التربية ، وأن قضيتنا الحب والزواج تحتل مكانة متقدمة فى إهتمامها .

وجدير بالإشارة أنه لم يجرؤ أى بحث سابق لتحليل مضمون مجلة " نصف الدنيا " وهى أيضاً مجلة نسائية متخصصة لأنها لم تصدر إلا فى بداية التسعينات من هذا القرن .

غير أن نتائج هذا البحث كشفت عن الإتفاق النسبى وإلى حد كبير بين أولويات إهتمام مجلة " نصف الدنيا " وأولويات إهتمام مجلة " حواء " مع وجود بعض الإختلافات مثل الإنخفاض إلى حد ما فى نسبة إهتمام مجلة " نصف الدنيا " بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية مقابل مجلة " حواء ". (٣٤,٦٪ مقابل ٣٩,٩٪ على الترتيب) .

٤/١ كما إتفقت أولويات إهتمام برامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون كما ظهر من هذا البحث مع نتائج البحوث السابقة إلى حد ما فقد جاءت قضايا المرأة المصرية والأسرة فى مقدمة إهتمامات كل من إذاعة البرنامج العام والقناة الأولى بالتليفزيون ، وجاءت قضايا المرأة المصرية والتنمية فى مقدمة إهتمام كل من إذاعة القاهرة الكبرى والقناة الثانية بالتليفزيون .

وإن ظهر إختلاف فى تفاصيل الموضوعات التى تم تناولها ، إذ إتضح من هذا البحث أن أهم القضايا التى تم التركيز عليها فى الإذاعة كانت قضية " تنظيم الأسرة " ثم موضوع إكساب المرأة بعض المهارات والسلوكيات العلمية " ، فى حين كانت أهم القضايا والموضوعات التى تم التركيز عليها كما ظهر من نتائج البحوث السابقة هى " المعاملات الزوجية ، العلاقات العائلية والزوجية " ، " طرق إعداد الأطعمة " ، " التعريف بالأمراض " .

أما فى التليفزيون فقد كانت أهم الموضوعات التى ركزت عليها برامج المرأة – كما كشفت نتائج البحوث السابقة – هى " تعليم المهارات الحرفية والصناعات المنزلية وصيانة

الأجهزة المنزلية " وهو الموضوع الذى جاء فى الترتيب الأول فى هذا البحث بالنسبة لإهتمام قنوات التليفزيون الثلاث بقضايا المرأة المصرية والتنمية.

إلى جانب ذلك أوضحت نتائج البحوث السابقة أن من بين الموضوعات الأخرى التى حظت بالإهتمام فى برامج المرأة فى التليفزيون الموضوعات الخاصة " بتنمية الحس الجمالى للمرأة " ، " وتربية الأبناء " و " المشكلات الزوجية " .

٢- إتفقتْ نتائج هذا البحث مع نتائج البحوث السابقة فى أن وسائل الإعلام المصرية ما زالت تهمل الكثير من القضايا المتعلقة بتنمية المرأة المصرية ودمجها فى عمليات التنمية فى مجتمعها .

وقد ظهر من هذا البحث أن أهم هذه الموضوعات كلية أو التى يتم تناولها من جانب هذه الوسائل بشكل محدود وضئيل هى :

١- محو أمية المرأة المصرية وخاصة المرأة الريفية .

٢- عمل المرأة والمشاكل المترتبة على محاولتها التوفيق بين عملها خارج المنزل ومسئولياتها داخله .

٣- قوانين الأحوال الشخصية وتشريعاتها .

٤- المشاركة السياسية للمرأة المصرية ، ونشر الوعى السياسى لديها ، وتشجع المرأة على المشاركة فى العمل النقابى .

٥- المساواة بين المرأة والرجل .

٦- عمالة الأطفال .

٧- الجمعيات والمنظمات النسائية .

٨- مقاومة بعض العادات الإجتماعية المعوقة للتنمية .

٩- ثقافة المرأة .

فى حين ظهر من نتائج البحوث السابقة أن أهم الموضوعات التى أهملتها وسائل الإعلام المصرية تماماً ، أو عالجتها بشكل محدود للغاية هى :

١- قضايا تعليم المرأة ومحو أميتها .

٢- تولى المرأة للمناصب الإدارية العليا .

٣- المشاكل التى تواجه المرأة العاملة .

٤- التوعية السياسية للمرأة وحثها على ممارسة حقوقها السياسية .

٥- نشاط المرأة الأدبى والفنى والنقابى .

٦- قضايا الأحوال الشخصية .

٧- المساواة بين الرجل والمرأة .

٨- ترشيد الإستهلاك والمشكلات الإقتصادية فى المجتمع .

٣- إتفقت نتائج هذا البحث تماماً مع النتائج التى توصلت إليها البحوث السابقة، والتى أكدت إنعدام أو ضآلة الإهتمام بالمرأة المصرية الريفية وقضاياها فى وسائل الإعلام المصرية عدا النتائج الخاصة بالتليفزيون والتركيز بشكل أساسى على قضايا المرأة المصرية الحضرية خاصة بين الشرائح العليا أو المتوسطة ، وإهمال المرأة الحضرية فى الأحياء الشعبية .

ولكن من الملاحظ أنه فى الوقت الذى كشفت نتائج البحوث السابقة التى طبقت على مجلة " حواء " أنها لا تقترب كلية من مشاكل المرأة فى الريف ، أظهر هذا البحث أن المجلات النسائية المتخصصة (حواء ونصف الدنيا) إهتمت ببعض الموضوعات التى تخص المرأة المصرية الريفية بنسبة ضئيلة (٠,٧٪ من إجمالى تكرارات معالجة قضايا كل قطاعات المرأة المصرية) .

كما حدث تغيير نسبى فى إهتمام الإذاعة والتليفزيون بقضايا المرأة الريفية ، ففى الوقت الذى ظهر من البحوث السابقة أن نسبة الفقرات التى إستهدفت المرأة الريفية فى برامج الإذاعة بلغت ٥,٦٥٪ من إجمالى كل الفقرات المقدمة ، إتضح من هذا البحث إرتفاع نسبة ما قدم متعلقاً بقضايا المرأة الريفية فى " البرنامج العام " بالإذاعة إذ وصل إلى ٨,٤٪ من إجمالى كل ما عالجته من قضايا خاصة بالمرأة المصرية والتنمية و ١,٨٪ من إجمالى إهتمامها بقضايا المرأة والأسرة ، وكانت البحوث السابقة قد توصلت إلى أن برامج المرأة المصرية فى التليفزيون لم توجه أية رسائل إعلامية إلى المرأة الريفية والبدوية ، غير أنه ظهر من هذا

البحث أن "القناة الأولى" بالتليفزيون قد خصصت ٢٣,٩٪ لقضايا المرأة المصرية ، كما خصصت لها " القناة الثانية " بالتليفزيون ٢٣,٣٪ من إجمالى تناولها لكل قضايا المرأة المصرية بكل قطاعاتها .

ويمثل هذا تطوراً إيجابياً وملموساً فى الإهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية ، خاصة وأن التليفزيون كوسيلة إعلام جماهيرى له أهميته ومكانته الخاصة بالنسبة للنساء الريفيات التى ترتفع بينهن نسبة الأمية .

٤- تتفق نتائج هذا البحث أيضاً مع نتائج البحوث السابقة فيما يتعلق بالفئات العمرية للمرأة المصرية التى توجه إليها وسائل الإعلام المصرية كل إهتمامها ، وتحرص على تلبية إحتياجاتها ، إذ ما زالت هذه الوسائل تركز على الإهتمامات الخاصة بالناضجات والشابات ، وتهمل إحتياجات المراهقات والمسنات مع بعض الإستثناءات .

٥- ما زالت صورة المرأة المصرية كما تقدمها وسائل الإعلام الجماهيرى التى تم تحليل مضمونها فى هذا البحث هى نفسها الصورة السلبية التى كشفت عنها نتائج البحوث السابقة ، وإن حدث بعض التحسن النسبى المحدود .

وتتسم هذه الصورة – فى البحوث السابقة – بالتقليدية إلى حد كبير – من خلال التأكيد على الدور الانثوى التقليدى للمرأة كأنثى وأم ضمن علاقات إجتماعية غير متكافئة ، مع وجود إتجاه نحو تصوير المرأة كمخلوق عاطفى وسلبى لا قيمة لها ولا كيان ، وأنها غير قادرة على التخطيط وإتخاذ القرارات ، والتنفير من دور المرأة العاملة ، وتظهر المرأة كتابعة للرجل الذى يشكل محور تفكيرها والذى تعمل على إرضائه وخدمته والتضحية من أجله .

كما تصور المرأة خاصة فى الأفلام والدراما التليفزيونية والإعلانات التليفزيونية كموضوع للجنس دائمة الإهتمام بمظهرها وأناقتها لتكسب إعجاب الرجل ، كما تستغل الإعلانات صورة المرأة وصوتها كأداة للجذب الجنسى ، وكطعم لإغراء الرجل وتشجيعه على الإستهلاك .

بل أن صورة المرأة التى تقدم فى برامج الأطفال التليفزيونية تستهدف إقناع الأطفال بقبول فكرة النقيض الأنثوى ، والتفرقة بين الجنسين وتؤكد سيطرة الذكور مقابل تبعية الإناث لهم .

وقد ظهر من هذا البحث أن صورة المرأة المصرية فى وسائل الإعلام ما زالت تركز عليها كـأنثى وموضوع للجنس وليس كإنسان بصرف النظر عن جنسه إرتبط بمشكلات مجتمعه ويسهم فى تنميته ، وان المرأة تظهر على أنها سطحية تهتم بالمظاهر والشكليات وأن الرجل هو محور حياتها .

كما أن المرأة الريفية تقدم فـى صورة بعيدة كل البعد عن حقيقتها سواء من ناحية مظهرها الخارجى أو أسلوب التخاطب أو المكياج أو من حيث قضاياها ذاتها.

كمـا أن مقارنـة نتـائج هـذا البحث بالنتـائج التـى توصلنـا إليهـا مـن خـلال الدراسـة الإستطلاعية القبليـة (أى التى تمت قبل إجراء البحث) سواء لمضمون وسائل الإعـلام الجماهيرى الخاص بالمرأة ، أو الدراسة الإستطلاعية لعينة من القائمين بالإتصال فـى مجـال الإعلام النسائى فى وسائل الإعلام الجماهيرى (التفاصيل الكاملة لهذه الدراسة الإستطلاعية فى المقدمة - مشكلة البحث ومنهجه) تكشف لنا عن المؤشرات التالية :

١- إتفقت النتـائج التى توصل إليهـا البحث تمامـاً مـع مـا كشـفت عنـه الدراسـة الإستطلاعية فيما يتعلق بغياب الإهتمام شبه الكامل بل والكامل فى بعض وسائل الإعلام الجماهيرى كالمجلات العامة بقضايا المرأة المصرية الريفية ، فى الوقت الذى إستحوذت فيه المرأة الحضرية على القدر الأكبر من هذا الإهتمام ، خاصة بعض قطاعات المرأة الحضرية من الطبقات العليا والمتوسطة .

٢- كما إتفقت نتائج البحث أيضـاً مـع نتـائج الدراسـة الإستطلاعية فيمـا يتعلـق بموقـع الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية والتنميـة فـى ترتيب أولويـات إهتمـام وسـائل الإعـلام الجماهيرى بقضايا المرأة المصرية ككل ، إذ جاءت هذه الموضوعات فى ترتيب متـأخر فـى معظم الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات العامة والمجلات النسائية المتخصصة ، وإن كانت هناك بعض الإستثناءات المحدودة مثل جريدة " التعاون " الأسبوعية .

٣- يلاحظ وجود إختلاف نسبى فى ترتيب أولويات إهتمام بعض هذه الوسائل بالقضايا المختلفة للمرأة المصرية ، كما ظهرت من نتائج البحث مقارنـة بنتـائج الدراسـة الإستطلاعية على النحو التالى :

٣/١ فى الوقت الذى ظهر من الدراسة الإستطلاعية أن الموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة جاءت فى الترتيب الأول لكل من جريدتى " الأهرام " و " الوفد"، فى حين جاءت القضايا الخاصة بالمرأة والأسرة فى الترتيب الأول لكل من جريدتى " الأخبار و " الجمهورية " ، إتضح من نتائج البحث نفسه أن القضايا الخاصة بالمرأة والأسرة جاءت فى الترتيب الأول فى صحف " الأهرام " و "الأخبار" و " الجمهورية " ، فى حين ظلت الإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية تحتل الترتيب الأول لإهتمامات جريدة " الوفد " .

٣/٢ إتفقت النتائج الخاصة بترتيب الإهتمام بهذه القضايا فى الجرائد الأسبوعية، إذ ظلت الإهتمامات التقليدية تشكل الترتيب الأول من إهتمامات جريدة "أخبار اليوم" وظلت القضايا الخاصة بالمرأة والتنمية فى الترتيب الأول فى جريدة " التعاون " .

٣/٣ ظلت الموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة تحتل الترتيب الأول فى إهتمامات المجلات العامة الأسبوعية .

٣/٤ حدث إختلاف واضح فى ترتيب إهتمام المجلتين النسائيتين " حواء " و "نصف الدنيا" بقضايا المرأة المصرية ، إذ كانت القضايا الخاصة بالمرأة والأسرة تشغل الترتيب الأول من إهتمامها فى الدراسة الإستطلاعية (٤٧,٥٪ فى مجلة "حواء" ، ٥٧٪ فى مجلة "نصف الدنيا" من إجمالى إهتمام كل منهما بقضايا المرأة المصرية) ، فى حين ظهر من نتائج البحث نفسه أن الإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية هى التى إحتلت الترتيب الأول فى كل منهما (٥٢٪ فى مجلة " حواء " مقابل ٦٥,٤٪ فى مجلة " نصف الدنيا " من إجمالى إهتمام كل منهما بقضايا المرأة المصرية) .

وإتضح من تحليل نتائج البحث أيضاً إرتفاع نسبة إهتمام مجلة " حواء " بقضايا المرأة والتنمية إلى ١٨,٢٪ من إجمالى إهتمامها بقضايا المرأة المصرية مقابل ١٥٪ فقط فى الدراسة الإستطلاعية ، وهبوط نسبة إهتمام مجلة " نصف الدنيا " بقضايا المرأة المصرية والتنمية إلى ٩,٨٪ من إجمالى إهتمامها بقضايا المرأة المصرية مقابل ٢٧٪ فى الدراسة الإستطلاعية .

٤- إتفقت نتائج البحث مع نتائج الدراسة الإستطلاعية - إلى حد كبير - فيما يتعلق بنوع القائمين بالإتصال فى مجال الإعلام النسائى ، ففى حين كان كلهن فى الصحف اليومية من المحررات فى الدراسة الإستطلاعية ، ظهر أن أغلبهن من المحررات فى نتائج البحث

نفسه ، وأغلبهن من المحررات في الصحف الأسبوعية في كل من الدراسة الإستطلاعية والبحث نفسه .

وينتمى القائمون بالإتصال فى المجلات العامة الأسبوعية (أى من المحررات والمحررين) فى الدراسة الإستطلاعية فى حين أن أغلبهم من المحررات فى نتائج البحث نفسه .

أما فى المجلات النسائية المتخصصة فقد إتفقت نتائج الدراسة الإستطلاعية ونتائج البحث نفسه فى أن القائمين بالإتصال فى المجلتين هم من الجنسين (من المحررات والمحررين معاً) .

٥- إتفقت كل من نتائج الدراسة الإستطلاعية ونتائج البحث نفسه فيما يتعلق بأسلوب معالجة الموضوعات الخاصة بالمرأة فهى معالجة الموضوعات الخاصة بالمرأة فهى معالجة تقريرية تسجيلية فى الصحف اليومية وبعض الصحف الأسبوعية والمجلات العامة ، وهى معالجة تفسيرية وتحليلية فى المجلات النسائية المتخصصة ومعظم المجلات العامة .

٦- ظهر من الدراسة الإستطلاعية لعينة من القائمين بالإتصال فى مجال الإعلام النسائى فى وسائل الإعلام الجماهيرى أن الإذاعة والتليفزيون أكثر حرصاً من الصحف على تزويد العاملين فيهما بالمهارات الأساسية فى مجال العمل الإعلامى من خلال تنظيم العديد من الدورات التدريبية لهم مما كان له أثره الفعال - فى رأيهم - فى زيادة خبرتهم ومعرفتهم بخصائص المرأة وكيفية التناول الإعلامى لمشكلاتها وقضاياها .

كما أن القائمين بالإتصال فى الإعلام النسائى فى الإذاعة والتليفزيون أكثر حرصاً من القائمين بالإتصال فى هذا المجال على متابعة المؤتمرات والندوات التى تتعلق بالمرأة والتنمية.

وأكدت نتائج البحث نفسه أن العاملين فى أقسام المرأة بالصحف العامة أكثر رغبة فى تطوير قدراتهم الصحفية ، من زملائهم العاملين فى المجلات النسائية المتخصصة من خلال المشاركة فى بعض المؤتمرات التى تعالج قضايا المرأة ، وكذلك بالسفر إلى الخارج لتغطية بعض الأحداث الخاصة بالمرأة ، وهم أكثر إحساساً بحاجتهم إلى دورات تدريبية لتنمية مهاراتهم الإتصالية ، والتعرف على طبيعة المشكلات التى تواجه المرأة المصرية فى المجالات المختلفة .

٧- إتفقت نتائج الدراسة الإستطلاعية لعينة من القائمين بالإتصال فى الإعلام النسائى مع نتائج البحث نفسه فى أن نسبة كبيرة من هؤلاء القائمين بالإتصال لم تتح لهم فرص السفر إلى الريف لتغطية الموضوعات المرتبطة بالمرأة الريفية ومعايشة واقع المرأة الريفية عن قرب ، ويظهر هذا بوضوح أكبر فى الصحف ، هذا رغم أن الذين أتيحت لهم هذه الفرصة أكدوا أن هذه الزيارات كان لها إنعكاساتها الإيجابية على معالجتهم لقضايا المرأة الريفية .

٨- إتفقت أيضاً نتائج مع نتائج الدراسة الإستطلاعية فى أن الأمية - فى رأى القائمين بالإتصال - تمثل أبرز المشكلات التى تواجه المرأة .

وأن طرح هؤلاء القائمين بالإتصال - فى نتائج البحث نفسه - مشكلة عدم وعى المرأة الريفية بأهمية دورها فى المجتمع فى الترتيب الثانى ، فى حين طرح القائمون بالإتصال فى عينة الدراسة الإستطلاعية مشكلة زيادة النسل فى الترتيب الثانى .

٩- كذلك إتفقت نتائج الدراسة الإستطلاعية فيما يتعلق برأى القائمين بالإتصال لمدى إهتمام صحفهم بقضايا المرأة الريفية ، إذ رأت الغالبية العظمى منهم أن صحفهم لا تهتم بدرجة كبيرة بقضايا المرأة الريفية .

١٠- هناك إتفاق أيضاً إلى حد كبير فيما طرحه القائمون بالإتصال - فى عينة البحث وعينة الدراسة الإستطلاعية - على وجود صعوبات تواجه مشاركة المرأة الريفية فى التنمية.

وكانت هذه الصعوبات - عند عينة الدراسة الإستطلاعية لوسائل الإعلام الجماهيرى - تتمثل فى : الأمية ، القيود الإجتماعية (العادات والتقاليد السائدة فى الريف) ، غياب الوعى، الأوضاع الإقتصادية ، عدم إقناع النساء الريفيات بأن مشاركتهن سوف تسهم فى حل مشاكل التنمية ، المشكلات المعيشية والأسرية .

أما هذه الصعوبات من وجهة نظر القائمين بالإتصال فى عينة الصحف العامة فى البحث نفسه فكانت : الأمية ، زيادة حجم الأسرة ، عدم إقتناع الأزواج ونظرة المجتمع الريفى للمرأة ، إعتقاد النساء أن حل مشكلات المجتمع هى مسئولية الرجل وحده ، زيادة حجم الأسرة، قلة وقت الفراغ ، إهمال التدريب المهنى للريفيات .

١- ظهر إتفاق - إلى حد كبير - فى ترتيب الموضوعات التى ترى عينة القائمين بالإتصال فى الإعلام النسائى فى الدراسة الإستطلاعية وعينتهم فى البحث نفسه أنه من الضرورى أن يهتم بها الإعلام النسائى لدفع المرأة الريفية للمشاركة فى التنمية .

وكانت هذه الموضوعات عند عينة الدراسة الإستطلاعية : التعليم ومحو أمية المرأة الريفية ، تنظيم الأسرة ، التربية السليمة للأبناء ، الصناعات المنزلية ، العمل والإنتاج ، الصحة العامة ، المشاركة السياسية ، التوفير والإقتصاد .

أما عينة القائمين بالإتصال فى الصحف العامة فى البحث نفسه فقد رأوا أن هذه الموضوعات هي : الدعوة إلى تعليم ومحو أمية المرأة الريفية ، تنظيم الأسرة، التوسع فى مشروعات تشغيل المرأة الريفية ، التربية السليمة للأبناء ، الدعوة لعمل المرأة الريفية ، تدريب القيادات النسائية ، التوعية السياسية ، الدعوة إلى ترشيد الإستهلاك .

تفسير نتائج البحث :

بعد إستعراضنا للخلاصات التى أنتهى إليها البحث ، فإن السؤال المهم والأساسى الذى لابد وأن يطرح نفسه هو :

لماذا هذا الإهمال أو التجاهل لقضايا المرأة الريفية فى وسائل الإعلام الجماهيرى المصرية ؟ وما العوامل التى تؤثر بشكل أو بأخر على التناول الإعلامى لقضايا المرأة والتنمية فى الريف المصرى ، وتؤثر بدرجة أو بأخرى على أداء الإعلاميين فى هذا المجال؟

هناك العديد من العوامل والتفسيرات التى قد تفسر جانباً من هذه المشكلة ، والتى قد يحتاج بعضها إلى مزيد من البحث العلمى .

وأهم هذه العوامل :

أولاً :

إن القرية المصرية نفسها برجالها ونسائها لا تحظى بالإهتمام الكافى من وسائل الإعلام الجماهيرى المصرية بما يتناسب مع حجمها الحقيقى فى المجتمع ، فرغم أن سكان الريف يمثلون أكثر من نصف سكان المجتمع المصرى ، إلا أن معالجة قضاياهم ومشكلاتهم – ومن بينها قضايا المرأة الريفية – لا تحظى من إهتمام موازى من جانب وسائل الإعلام ، فالمساحات والأوقات التى تخصصها هذه الوسائل لمعالجة قضايا الريف المصرى محدودة للغاية إذا ما قورنت بالوزن الفعلى للريف فى المجتمع المصرى .

كما أن وعى هذه الوسائل بالأوضاع الراهنة للقرية المصرية جزئى والحديث عن بعض مشاكل الريف كالإسكان والخدمات يتم تناوله بشكل هامشى وعرضى عند مناقشة مشاكل الخدمات فى المدن الكبرى خاصة القاهرة للتأكيد على إنعكاساتها السيئة على القاهرة .

ورغم وجود مخاطر أساسية – فى الوقت الراهن – تجاه القرية المصرية غير أن وسائل الإعلام الجماهيرى لا توليها أهميتها الواجبة ، وتغفل تماماً التعرض لبعضها ، ولا تقوم بدورها فى إعداد المواطنين فى الريف وتهيئتهم للتعبير عن آرائهم ومشاركتهم وتنمية قدراتهم ومهاراتهم .

وأغلب ما يقدم عن الريف المصرى هدفه فى الأساس تقرير الواقع ودعم السياسات الرسمية القائمة .(*)

خلاصة القول إذنً أنه من المنطقى أن تهمل هذه الوسائل المرأة الريفية طالما أن الوعاء الأكبر الذى تنتمى إليه وهو الريف المصرى مهملا .

ثانياً :

إن موضوع (المرأة) بالذات حضرية وريفية والتعرض لمشاكلها وقضاياها من الموضوعات ذات الحساسية تاريخيا وإجتماعياً (إذ يمثل وضعاً إجتماعيا ذا جذور متعددة) خاصة وأن بعض قضايا المرأة (مثل المساواة بين الجنسين ، عمل المرأة وأوضاعها المهنية والوظيفية ، قوانين الأحوال الشخصية ، المشاركة السياسية للمرأة ، تنظيم الأسرة ، الحركة النسائية ...) هى قضايا خلافية مثير للجدل والإختلاف الشديد بين أصحاب الرؤى الإجتماعية المختلفة .

ويرجع هذا لأسباب راسخة فى البنى الإجتماعية والإقتصادية والسياسية ولعوامل حضارية ، ولن يتسنى إيجاد الحلول لهذا الوضع إلا بإحداث تغييرا ت جذرية .

وكما سبق الإشارة فهناك ثلاثة إتجاهات فكرية - على الأقل - فى هذا المجال :

• **الإتجاه التقليدى المحافظ :** الذى يرى فى المرأة الكائن الضعيف جسماً وعقلاً، ويرى وظيفتها فى الزوجة والأمومة ، ويتعلل بعض أصحاب هذا الإتجاه بتعاليم الدين ، ويرون فى خروج المرأة للعمل وإختلاطها بالرجال فساداً وإفساداً ، وإن كان بعضهم لا يرى باسا من تعليم المرأة .

•**إتجاه يمثل الأغلبية :** ويتسم بالتحرر النسبى فى المجالين الإقتصادى والإجتماعى ، ولكنه لا يتحمس لمشاركة المرأة فى العمل السياسى ، ويعترف لها أصحاب هذا الإتجاه بحق التعليم والعمل ، ولكنه يشترط ضرورة أن يتناسب هذا مع طبيعة المرأة - من وجهة نظرهم - مثل التعليم والتمريض .

(*) لمزيد من التفصيل : ليلى عبد المجيد : قضايا الريف المصرى فى وسائل الإتصال الجماهيرى فى مصر ، الواقع والتصور المستقبلى (التقرير الأول) وحدة بحوث الإتصال الجماهيرى المركز القومى للبحوث الإجتماعية والجنائية ، القاهرة ، ١٩٩٣م .

• **إتجاه متحرر :** يساوى بين المرأة والرجل فى الحقوق والواجبات ويرى أن المرأة إنسان قادر على العمل والإبداع وممارسة الحرية ، وتحمل تبعاتها ، فتجاوز التخلف – فى رأى أصحاب هذا الإتجاه – لن يكون إلا بقيام المرأة وهى نصف المجتمع بدورها دون أن تتخلى عن مسئولياتها الأسرية .

وواقع الأمر أن المناخ الثقافى الراهن يفتقر – إلى حد كبير – إلى لغة الحوار والمناقشة الموضوعية ، ويسوده التعصب للرأى من جانب أصحاب كل إتجاه أو تيار فكرى والنتيجة أن بعض الإعلاميين يخشون إثارة بعض القضايا الحيوية الخاصة بالمرأة كمشاركتها السياسية مثلاً لأنها محل جدل وخلاف – خاصة بين بعض المتشددين دينياً أو المتعصبين فكريا ضد المرأة .

ونظرا لهذا المناخ فإن غالبية الإعلاميين يفضلون الإبتعاد عن مناقشة مثل هذه القضايا التى قد تجعلهم أحياناً محل إتهامات قد تصل أحياناً إلى إتهامهم بالكفر.

وهذا ما أكدته نتائج هذا البحث سواء ما يتعلق بتحليل المضمون الخاص بالمرأة فى وسائل الإعلام الجماهيرى المختلفة أو دراسة القائمين بالإتصال فى الإعلام النسائى .

إذ كشف تحليل المضمون على أن من بين الموضوعات الخاصة بالمرأة والمهملة كلية أو يتم تناولها بشكل محدود ما يتعلق بعمل المرأة وقوانين الأحوال الشخصية وتشريعاتها ، المشاركة السياسية للمرأة المصرية ، المساواة بين المرأة والرجل ، الجمعيات والمنظمات النسائية .

كما ذكر القائمون بالإتصال أنفسهم أن من بين الموضوعات التى لا تجد فرصة للنشر ما يتعلق بمواد قانون الأحوال الشخصية ، مشاكل المرأة العاملة ودور المرأة السياسى ، الجماعات الإرهابية والقهر الذى تمارسه على النساء .

ثالثا :

السياسات الإعلامية Communication Policics التى تحكم عمل وسائل الإعلام الجماهيرى فى مصر وتنعكس فى ممارستها .

و التى تتمثل أهم ملامحها فيما يتعلق بالمرأة فيما يلى :

١- إعتبار الأجزاء الصحفية الخاصة بالمرأة وبرامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون ضمن المواد الخفيفة والطريفة والمسلية ، ولا تدخل ضمن نوعية المواد الإعلامية الجادة مما ينعكس في معالجة هذه الوسائل للموضوعات الخاصة بالمرأة.

٢- إعلاء قيمة الخبر ، والتغطية الإخبارية السريعة السطحية غالباً على حساب التغطية التفسيرية الأكثر عمقاً والتى تعطى الأحداث والأخبار الجزئية أبعادها ودلالاتها ومعانيها الحقيقية وتضعها فى سياقها العام .

٣- الميل إلى الإثارة والمعالجات الأكثر جذباً للجمهور بصرف النظر عن قيمتها الحقيقية فى حياتهم سعياً وراء الربح السريع ، وتستخدم المرأة فى هذا الإطار - كوسيلة لجذب الإنتباه والترويج بالتركيز عليها - فيما تقدمه وسائل الإعلام - كأنثى وكجنس لإثارة الغرائز خاصة فى الإعلانات والدراما والصور المنشورة فى الصحف .

ويظهر فيما كشفت عنه نتائج البحث كثير من الحقائق التى تؤكد ذلك ومن ذلك الإهتمام الكبير الذى تخصصه هذه الوسائل للموضوعات الخاصة بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية خاصة ما يتعلق بالموضة والأزياء والتجميل ، كذلك من خلال صورة المرأة المطروحة من خلال هذه الوسائل كموضوع للجنس دائمة الإهتمام بمظهرها وأناقتها لتكسب إعجاب الرجل ، وإستغلال صوت المرأة وصورتها فى بعض الإعلانات للجذب الجنسى ، وكطعم لإغراء الرجل وتشجيعه على الإستهلاك .

٤- القيم الصحفية والإعلامية السائدة ، والتى يتم على أساسها التقييم والإختيار لما ينشر أو يذاع أو يعرض من خلال وسائل الإعلام الجماهيرى والتى فى ضوئها لا يعتبر حدث ما خبراً يستحق النشر أو الإذاعة إلا إن كان مثيراً أما غرابته أو خروجه عن المألوف أو لإتصاله بتصرفات وأفعال وتحركات الشخصيات البارزة أو المشهورة بعيداً عن النماذج الإنسانية البسيطة .

فعلى سبيل المثال حينما أرادت إحدى الصحف اليومية المصرية أن تقدم نموذجاً للصلابة والإرادة والنجاح قدمت روزا كيندى أم الرئيس الأمريكى الأسبق جون كيندى ، رغم وجود عشرات الألوف أو مئات الألوف من المصريات اللاتى يتميزن بالصلابة والإرادة .

٥- إعطاء أفضلية للموضوعات الخفيفة مقارنة بالموضوعات الجادة ويبدو هذا - واضحاً جلياً - فى إعطاء الموضوعات الخاصة بالموضة والأزياء والتجميل أفضلية وأولوية قياساً للقضايا النسائية الجادة كمحو أمية المرأة أو مشاركتها السياسية .

وهذا ما إتضح من نتائج البحث حيث أعطت معظم وسائل الإعلام الجماهيرى أولوية للموضوعات المتعلقة بالإهتمامات التقليدية للمرأة المصرية (الإهتمام بجمالها وأدوارها فى

المنزل وما تمارسه من مهام فى هذا المجال) ، كما أهملت هذه الوسائل - تماماً أو بقدر كبير - الإهتمام ببعض الموضوعات المهمة والجادة المتعلقة بالمرأة المصرية مثل تعليم المرأة ومحو أميتها والمشاركة السياسية، ثقافة المرأة ، مقاومة بعض العادات الإجتماعية المعوقة للتنمية ، المساواة بين الجنسين ، عمالة الأطفال ، الجمعيات والمنظمات النسائية .

رابعاً :

غياب الإدراك الكافى والضرورى من جانب بعض القيادات الإعلامية خاصة القيادات الصحفية لأهمية أقسام المرأة فى الصحف ، وقد أشار لهذا عدد من القائمات بالإتصال فى الصحف مؤكدات أن ذلك من أهم المشكلات التى تواجه عملهن ، هذا إلى جانب عدم الإدراك الكافى لدى القائمين بالإتصال فى مجال الإعلام النسائى لجمهورهم الحقيقى وسماته وخصائصه وإحتياجاته الحقيقية والفعلية، والإعتماد للتعرف على الجمهور وفهم خصائصه على التصورات والإنطباعات غير الدقيقة فى كثير من الأحيان ، عدم الإستناد إلى أى أسس أو أساليب علمية جادة ، أو على الأقل الإحتكاك المباشر بواقع المرأة ، فكما كشفت نتائج هذا البحث فإن صورة صورة المرأة الريفية عند القائمين بالإتصال تكونت عن طريق متابعتهم للمؤتمرات التى تناقش قضايا المرأة الريفية ، ما يقدم عنها من خلال وسائل الإعلام، فى الوقت الذى أثبتت فيه العديد من البحوث العلمية أن هذه الوسائل تقدم صورة للمرأة الريفية مشوهة وغير حقيقية وبعيدة أحياناً عن الواقع . فالقائمون بالإتصال نادراً ما يعايشون المرأة الريفية عن قرب للتعرف على إحتياجاتها الفعلية، وفهم نفسيتها وواقعها الإجتماعى .

ويترتب على ذلك عدم إدراكهم بالقدر الكافى لخصائصها ، ومن مؤشرات ذلك أنه عندما وجه أعضاء فريق البحث العديد من الأسئلة ضمن مقياس لاتجاهات القائمين بالإتصال نحو المرأة الريفية إلى عينة القائمين بالإتصال نحو المرأة الريفية إلى عينة القائمين بالإتصال ظهرت نسبة عالية من إجاباتهم تحت فئة " غير متأكد " بلغت ٤٠٪ فى بعض الأسئلة .

خامساً :

من بين العوامل التى تؤثر على الأداء الإعلامى فى مجال قضايا المرأة والتنمية ما يتعلق بخصائص القائمين بالإتصال العاملين فى هذا المجال ، وإنتماءاتهم وتأهيلهم وتدريبهم وإتجاهاتهم والصور النمطية الثابتة فى أذهانهم عن الريف والمرأة الريفية والمفاهيم التقليدية المسيطرة على نظرتهم لأدوار المرأة .

ومن ذلك على سبيل المثال :

١- رغم أن غالبية القائمين بالإتصال كما أوضحت عينة البحث ليسوا من أصول ريفية ، مما يزيد من إحتمال ضعف إهتمامهم بالريف وقضاياه على إعتبار أنهم ليسوا من أبنائه ، غير أنه ثبت من هذا البحث أن هذا ليس معياراً ثابتاً ، فبعض الذين أجابوا بأن لهم أصول ريفية ، ظهر أن صلتهم قد إنقطعت بهذه الأصول والجذور بعد فترة قصيرة من إستقرارهم بالقاهرة .

٢- كشفت نتائج البحث أن ٣٧,٥٪ من أفراد عينة البحث من القائمين بالإتصال فى مجال الإعلام النسائى ذكروا أنهم غير مقتنعين حقيقة بدور المرأة فى المجتمع . وهذه النسبة ليست قليلة ، خاصة إذا أضفنا إلى ذلك نسبة غير المتأكدين (أى الذين قالوا أنهم غير متأكدين إذا كان لها دور فى المجتمع أو لا) والتى بلغت ١٢,٥٪ من إجمالى أفراد عينة البحث ومعظم هؤلاء فى الغالب منعهم الخجل من الإعتراف بدورالمرأة فى المجتمع.

ومن البديهى أن مثل هؤلاء لن تكون لديهم القدرة على إقناع الجمهور بدور المرأة فى المجتمع .

٣- إتضح من البحث أيضاً أن إتجاهات ٤٠٪ من أفراد عينة البحث من القائمين بالإتصال فى الإعلام النسائى سلبية نحو المرأة الريفية ، ووصلت هذه النسبة فى مجلة " حواء " إلى ٣٠٪، وفى مجلة " نصف الدنيا " إلى٤١٪ وفى الصحف العامة إلى ٤٤,٤٪ .

فالمرأة الريفية كإنسانة فى رأى أغلب هؤلاء القائمين بالإتصال ترى قيمتها كأنثى وهى أكثر رجعية من الرجل لا ترى ضرورة لتعليم الفتاة وتلجأ إلى الوصفات الشعبية فى العلاج ، وتحرص على زيارة القبور والتردد على الموالد ، ولا تهتم بحث أبنائها على القراءة والثقافة ، وهى تؤمن بالسحر والخرافات .

كما كانت إتجاهاتهم سلبية أيضاً فيما يتعلق بالأدوار الإجتماعية للمرأة الريفية ومشاركتها السياسية ، وإن كانت إتجاهاتهم إيجابية نحو دورها فى الإنتاج .

وإن كان تحليل التباين فى إتجاه واحد قد كشف عدم وجود تأثير للعمل فى صحيفة ما على إتجاه أفراد العينة نحو المرأة الريفية ، كما أن إتجاه المشرف على صفحات المرأة أو المسئول عن تحرير المجلات النسائية ليس المحك الرئيسى فى تفسير أسباب عدم الإهتمام بالمرأة الريفية .

٤- رغم تأثير عامل الكفاءة المهنية لدى القائمين بالإتصال على أدائهم الإعلامى فى مجال الإعلام النسائى ، غير أن نتائج البحث أكدت عدم الإهتمام بالتدريب للقائمين بالإتصال فى صحافة المرأة فى الوقت الذى يعتبر هذا التدريب عملية مهمة ، فضلاً عن إحساس الإعلاميين أنفسهم بأهميته وضرورته .

ويتم هذا التدريب بشكل مستمر ومنظم للقائمين بالإتصال فى برامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون .

ولما كانت نتائج البحث قد أوضحت أن المعالجة الإذاعية والتليفزيونية لقضايا المرأة أفضل - إلى حد ما - من معالجة الصحف لهذه القضايا ، فإن هذا يعطى مؤشراً قابلا للإختبار حول تأثير مستوى التأهيل المهنى على كفاءة الأداء الإعلامى بدرجة أو بأخرى .

سادساً :

بعض معوقات النظام الإعلامى المصرى الراهن وتأثيرها على الأداء الإعلامى فى مجال معالجة قضايا المرأة ومشاكلها :

يمكن القول - بشكل عام - أن النظام الإعلامى السائد يتميز بعدم التوازن ، وان هناك فئات إجتماعية محرومة إعلامياً ، وعلى رأسها المرأة .

فمن الملاحظ أن وسائل الإعلام الجماهيرى كثيراً ما تلتزم الصمت إزاء بعض الأحداث التى تهم الجمهور القارئ أكثر من غيرها ، وقد يكون ذلك نتيجة إهمال أو عدم مبالاة من جانب هذه الوسائل،غير أنه قد يكون فى حالات أخرى أمرا متعمداً أو مقصوداً .

وتدليل على ذلك فإن القائمين بالإتصال أنفسهم قد ذكروا أن من بين المواد الإعلامية التى لا تجد فرصة المناقشة فى وسائل الإعلام ما يتعلق بقوانين الأحوال الشخصية رغم تأثيرها المباشر على المرأة والأسرة ، بل وعلى المجتمع نفسه .

وترجع سمة عدم التوازن فى النظام الإعلامى المصرى إلى الكثير من الأمور من بينها :

١- حرية الإعلام ، والمدى المسموح به لممارستها ، فالأوضاع القانونية والتشريعات المنظمة لعمل وسائل الإعلام الجماهيرى خاصة الصحافة وتأثيرها على الممارسات الإعلامية، موضع الكثير من الإنتقادات من جانب الإعلاميين والقانونيين وأساتذة الجامعات والشخصيات العامة والمفكرين .[*]

---

[*] لمزيد من التفاصيل : نقابة الصحفيين : مجلة " الصحفيون " العدد ٨١٢ ، يناير ١٩٩١ تحت عنوان " مناقشات ساخنة فى جلسات الإستماع " وأيضا : نقابة الصحفيين : مجلة " الصحفيون " العدد ١٣ ، مايو ١٩٩١ نص بيان وتوصيات المؤتمر العام الثانى للصحفيين المصريين ، ص١٩٦-٢٠٠ .

فهذه التشريعات تهدف إلى أحكام قبضة الدولة على المؤسسات الإعلامية وتجعل هذه المؤسسات تلتزم فى الغالب بالسياسات الحكومية دون نقدها .

٢- الضغوط الإقتصادية المتعلقة بنمط ملكية وسائل الإعلام الجماهيرى ومصادر تمويلها ، فأنماط الملكية التى يسمح بها قانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ تقلل من فرص صدور صحف جديدة تغطى الإحتياجات المحلية ، والصحف التى تصدر حاليا تقل فيها فرص المشاركة الجماهيرية فى الإتصال ، وتركز على ما يحدث فى القاهرة ، وعلى أكثر تقدير بعض عواصم المحافظات الكبرى أما الإهتمام بالريف فيها فمحدود .

وإمكانية تحقيق التنوع وصدور صحف جديدة تعبر بالفعل عن الإهتمامات والإحتياجات المختلفة مرهون بتعديل أنماط الملكية المسموح بها قانوناً .

أما الراديو والتليفزيون فإنهما مملوكان للدولة ، ويديرهما إتحاد الإذاعة والتليفزيون، وأى إذاعات محلية أو قنوات تليفزيونية محلية تنشأ فى إطار هذا الإتحاد .

ولابد أن نضع فى الإعتبار الإحتياجات التمويلية اللازمة لإصدار صحيفة جديدة أو إنشاء إذاعة محلية جديدة ، فالمصادر الحالية للتمويل فى الصحف - على سبيل المثال - لا تغطى التكاليف الباهظة لعملية الإصدار وحصولها على الإعلانات يتوقف على مكانتها وسمعتها وإنتشارها وتوزيعها الكبير .

٣- طابع المركزية الذى ما زال يسيطر إلى حد كبير على طبيعة عمل هذه الوسائل، فالصحف الكبرى كلها تصدر من القاهرة ، وتركز أساساً على الأحداث ذات الطابع الوطنى وإهتمامات شرائح من السكان فى المدن غالباً ، أما إهتماماتها بما يحدث فى القرى فمحدود ، كما يلاحظ قلة أو ندرة وجود مراسلين دائمين للصحف خارج القاهرة ، والموجودين بالفعل على ندرتهم من غير الصحفيين غالباً.

وقد إنعكس ذلك فى تناول وسائل الإعلام الجماهيرى لقضايا المرأة المصرية ومشكلاتها كما كشفت عنها نتائج البحث إذ إتضح أن هذه الوسائل ركزت على إهتمامات وإحتياجات قطاعات نسائية بعينها تتركز فى الحضر والمدن الكبرى ، بل وعلى قطاعات معينة من نساء هذه المدن من بين اللاتى ينتمين إلى الطبقات الإجتماعية العليا والمتوسطة.

والصحف المحلية التى تصدر فى المحافظات خارج القاهرة تعانى الكثير من المشاكل ومعظمها يكاد يكون صوراً مشوهة من صحف العاصمة ، ولا تهتم بما يحدث داخل مجتمعاتها المحلية بالقدر الكافى ، كما أنها لا تصدر بشكل منتظم وتوزيعها محدود ، وبالتالى فدورها محدود .

كما أن الإتجاه نحو إنشاء إذاعات محلية ، وقنوات تليفزيونية محلية إتجاه تام، غير أن هذه الإذاعات ما زالت لا تغطى كل محافظات مصر ، كما أن الرسالة الإعلامية المبثوثة من خلالها ما زالت رسمية الطابع وخالية من التنوع .

والملاحظ أن المضمون المقدم من خلال الصحف المحلية أو الإذاعات وقنوات التليفزيون المحلية تركز أساساً على ما يحدث داخل عواصم المحافظات ومدنها الكبرى أكثر من إهتمامه بريف هذه المحافظات وقراها .

٤- ما زالت وسائل الإعلام الجماهيرى المصرية تلعب دور التابع والمنقاد بدلاً من الدور الواجب والمنتظر منها ، وهو دور المبادر أو القائد أو الموجه للإهتمام والمحدد للأولويات .

فهذه الوسائل تتصور أن دورها أساساً هو مجرد ملاحقة ومتابعة الإهتمامات الرسمية بقضايا المجتمع أو قطاع معين من مواطنيه ، وأن عليها أن تبرر هذا الإهتمام وتسانده ، ويستمر هذا الإهتمام من جانبها طالما استمر الإهتمام الرسمى ، وينتهى مع ضعفه وإنعدامه .

وقد ظهر من تحليل المضمون لما قدم عن المرأة الريفية فى وسائل الإعلام الجماهيرى خلال فترة التحليل أنها تحتل مواقع أو أوقات مهمة فى النشر أو الإذاعة إذا إرتبطت بنشاطات السيدة حرم رئيس الجمهورية ، ومن أجل متابعة جهودها فى هذا المجال .

كما أن بعض القائمين بالإتصال فى الإعلام النسائى أرجعوا عدم إهتمامهم بالمرأة الريفية لأسباب عدة على رأسها إهمال المسئولين لقضايا المرأة فى الريف ، وإعتبر القائمون بالإتصال أن ذلك مبرراً منطقياً لعدم إهتمامهم بها .

٥- ضعف المشاركة الجماهيرية فى الإتصال ، فمعظم العمليات الإتصالية رأسية وليست أفقية ، وهى تتم من إتجاه واحد وليست من إتجاهين . وهناك محدودية حتى فى أبسط صور هذه المشاركة والتى تتمثل فى الإستعانة بالمواطنين العاديين كمصادر للمادة الإعلامية ، إذ يعتمد الإعلاميون أساسا على المسئولين والمتخصصين كمصادر ، ويأتى المواطنون فى ترتيب متأخر .

وقد أكدت نتائج البحث ذلك إذ إتضح ضعف نسبة الإعتماد على " الجمهور " كمصادر للمادة الإعلامية فى معظم وسائل الإعلام الجماهيرية (فى الصحف اليومية والأسبوعية وبعض المجلات العامة والمجلات النسائية وبرامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون) .

وظهرت إستثناءات محدودة لذلك فى مجلة " صباح الخير " وبعض برامج المرأة فى التليفزيون .

كما أن المساحات أو الأوقات المخصصة لمشاركة القراء أو المستمعين أو المشاهدين محدودة ، وفى بعض هذه الوسائل تكاد تكون معدومة ، وقد إتضح هذا من نتائج البحث فمعظم وسائل الإعلام الجماهيرى لا تفسح المجال بشكل كاف للمواطنين والمواطنات للتعبير عن أنفسهم ، وقد ظهر أيضاً ندرة الإعتماد على رسائل القراء والمستمعين أو المشاهدين كشكل إعلامى يقدم من خلاله المضمون الخاص بالمرأة .

٦- أزمة المصداقية التى تعانى منها معظم وسائل الإعلام الجماهيرى فى مصر - خاصة الصحف - والتى يعترف بها الإعلاميون أنفسهم(*) - ويرجع عدم تصديق الجمهور لهذه الوسائل وعدم ثقتهم بها لأسباب متعددة منها :

أنها ما زالت تحمل الصفة الحكومية الرسمية وترتبط بالتوجهات الرسمية وتقوم بتبرير بعض القرارات الحكومية غير المقبولة جماهيرياً ، مما يشعر الجمهور أنها صدى لآراء المسئولين ، إلى جانب قيامها بنشر أو إذاعة تصريحات لبعض المسئولين قد لا تكون صادقة ، فضلاً عن كثرة التصريحات التى لا تنفذ ، والمبالغة أحياناً فى بعض المعالجات الأمية ، وعدم تحرى الصدق أحياناً ، وتضخيم الأمر فى أحياناً ثالثة .

وهناك تضارب فى بعض الروايات ، ومن خبرات الجمهور السابقة وتجاربهم مع هذه الوسائل إتضح لهم أن هذه الوسائل خاصة الصحف تخدعهم أحياناً أو تكذب عليهم . وأنها فى حالات كثيرة تكون مجرد أبواق للدعاية تتحدث عن إنجازات لم تتحقق .

٧- محدودية الجانب الإبداعى فى عمل وسائل الإعلام الجماهيرى لأسباب عديدة منها ظروف العمل وضغوط الوقت ، وغيرها من الضغوط البيروقراطية إلى جانب بعض المشاكل التقنية ، فضلاً عن عدم تفرغ معظم الإعلاميين لعملهم نظراً لأوضاعهم الإقتصادية السيئة ، مما يدفعهم للبحث عن سبل أخرى لزيادة دخلهم من خلال القيام بأعمال أخرى كالعمل فى مكاتب الصحف العربية بالقاهرة وبعض مكاتب وكالات الأنباء أو مراسلة بعض شبكات

(*) لمزيد من التفصيل : عواطف عبد الرحمن وآخرون : " القائم بالإتصال فى الصحافة المصرية " كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ١٩٩٢م.

ومحطات الإذاعة والتليفزيون خارج مصر ، أو كتابة أعمال أدبية أو فنية أو العمل كمستشارين لبعض الجهات .

كما أن بعضهم قد يعمل إلى جانب عمله التحريرى فى جانب الإعلانات أو تحريرها.(*)

والنتيجة أن أغلبهم يقوم بعمله الإعلامى لمجرد تحقيق الحد الأدنى المطلوب من الإنتاج، مما ينعكس على مستوى عملهم الذى تغلب عليه السطحية والتسرع وعدم التدقيق الكافى .

ويتجه بعضهم إلى الإستمرار فى ممارسة العمل الإعلامى بنفس الأسلوب الذى كان يمارسه الإعلاميون السابقون عليهم ، ومن ثم يقدمون معالجات تقليدية لكل الموضوعات ، ومن بينها ما يتعلق بالمرأة .

سابعاً :

يحاول بعض القائمين بالإتصال فى مجال الإعلام النسائى – خاصة فى صحف المرأة – تبريرى عدم إهتمامهم بقضايا المرأة الريفية فى معالجتهم الصحفية بعامل إنتشار الأمية بين الريفيات .

وإن كان هذا فى رأينا مبرراً ليس منطقياً ، فليس من الضرورى أن يكون كل ما يقدم للمرأة الريفية فى الصحف يستهدف مخاطبتها ، ولكن بعضه قد يكون الغرض منه مناقشة مشكلاتها وإثارة إهتمام المسئولين والمتخصصين بقضاياها .

تصورات مقترحة لتطوير أداء وسائل الإعلام الجماهيرى لتسهم فى عملية إدماج المرأة المصرية الريفية فى التنمية

لما كانت وسائل الإعلام الجماهيرى وإن لم تكن السبب الرئيسى فى الأوضاع الراهنة الخاصة بالمرأة المصرية عامة والمرأة الريفية خاصة إلا أنها تتحمل جانباً من مسئولية إستمرار هذه الأوضاع الراهنة وترديها وتفاقمها نتيجة لتقصيرها فى أداء وظيفتها الإجتماعية،فإنه يمكن طرح بعض التصورات التى يمكن أن تطور أداء هذه الوسائل لتتمكن بالفعل من الإسهام فى عملية إدماج المرأة المصرية الريفية فى عملية التنمية وأهمها :

(*) لمزيد من التفصيل : عواطف عبد الرحمن وآخرون : " القائم بالإتصال فى الصحافة المصرية " سبق ذكره .

١- أن تتبنى وسائل الإعلام الجماهيرى فى مصر سياسة إعلامية رشيدة وواعية تجاه المرأة عامة والمرأة الريفية خاصة تتمثل أهم ملامحها فيما يلى :

١/١ سد الفجوات الإتصالية والفرص المتاحة فى الإتصال بين النساء والرجال من جهة، والنساء فى كل من المدن والريف والبوادى .

٢/١ أن يكون الهدف الأساسى الذى تضعه هذه الوسائل نصب عينيها هو العمل مع غيرها من المؤسسات الإجتماعية والتربوية على تغيير الصورة النمطية للمرأة عامة والمرأة الريفية خاصة ، وتقديم صورة بديلة تؤكد الجوانب الإيجابية والإنتاجية فى حياتها من خلال :

١/٢/١ القيام بحملات تثقيفية لإستخدام هذه الوسائل لتغيير التحيزات والمواقف التقليدية التى تحد من المشاركة التامة للمرأة والقضاء على التناقض فى عرض صورة المرأة ككائن سلبى .

٢/٢/١ الإسهام بدور فى تغيير إتجاه المجتمع نحو المرأة من خلال العمل على تغيير التقاليد والمعتقدات السائدة التى تكبل حركة المرأة . وعرض ما تواجهه من مشكلات، وما يجب أن يسهم به المجتمع فى معاونتها للتغلب عليها .

٣/١ إعطاء أهمية خاصة لدور الإذاعة والتليفزيون - خاصة التليفزيون - فى التوجه للمرأة الريفية ، بإعتبار التليفزيون الوسيلة الأقدر على الإسهام فى تنمية المرأة الريفية بسبب انتشار الأمية بين قطاعات المرأة عامة والريفية خاصة ، ويقترح لتحقيق ذلك بعض الاجراءات منها :

١/٣/١ توفير الإمكانيات المادية والتقنية لإنتاج برامج المرأة بشكل افضل وأكثر حيوية وزيادة عددها والإهتمام بتوقيتها على خريطة الإرسال بما يتناسب مع ظروف الجمهور والمدة الزمنية المتاحة لكل منها .

٢/٣/١ ضرورة التنسيق والتخطيط بين الخدمات الإذاعية المختلفة فيما يقدم من برامج مختلفة للمرأة من حيث مواعيد البث والمضمون .

ولا يعنى ذلك أن تهمل الصحف دورها فى هذا المجال بدعوى أمية المرأة الريفية . وبحيث يكون مهمة الصحف مناقشة أوضاع المرأة الريفية والبدوية سعياً وراء توجيه إهتمام المسئولين بهذه الأوضاع والعمل على تطويرها .

٤/١ مراعاة أن تخاطب وسائل الإعلام الجماهيرى كل المستويات التعليمية والإجتماعية والإقتصادية للمرأة ، وتوزيع الإهتمام بالشرائح النسائية المختلفة خاصة تلك الشرائح التى

إتضح من البحوث العلمية أنها مهملة من جانب هذه الوسائل رغم إحتياجاتها الإعلامية الخاصة كالمراهقات والمسنات .

٥/١ إستخدام الأشكال الفنية الإعلامية التى تعتمد على النزول إلى المرأة فى مواقعها المختلفة ، ومعايشة واقعها الإجتماعى لنقل صور واقعية حقيقية مع الحرص على نقل الإنفعالات الحية الصادقة .

٦/١ أن تسعى السياسة الإعلامية إلى تشجيع جمهور النساء ومن بينهن الريفيات للمشاركة فى الإتصال النسائى بكافة مستوياته وأشكاله ومراحله لتصحيح النموذج الإتصالى أحادى الإتجاه ليصبح ثنائياً من خلال :

١/٦/١ زيادة المساحات والأوقات المخصصة لرسائل القراء والمستمعين والمشاهدين للتعبير عن آرائهن ووجهات نظرهن .

٢/٦/١ العمل على زيادة الإستعانة بهن كمصادر للمادة الإعلامية الخاصة بالمرأة .

٣/٦/١ محاولة تجريب بعض الوسائل العلمية لإشراك جمهور النساء فى إنتاج بعض المواد الإعلامية الخاصة بواقعهن وظروفهن .

٤/٦/١ الإهتمام بتخصيص أجزاء للمرأة أو برامج لها فى وسائل الإعلام المحلية كالصحف المحلية والخدمات الإذاعية والتليفزيونية المحلية .

٧/١ تقليص التركيز على الإهتمامات التقليدية للمرأة خاصة ما يتعلق بالموضة والأزياء والتجميل وغير ذلك ، وإن كان هذا لا يعنى عدم تناوله بالحديث نهائياً ، فمثل هذه الإهتمامات ضرورية للمرأة على أن يكون هذا بالقدر المعقول ، مع ترشيد عملية تناول هذه الموضوعات بما يتناسب مع بيئة المرأة المصرية وظروفها الإجتماعية وإمكانياتها الإقتصادية .

٨/١ أن تضع وسائل الإعلام الجماهيرى المرأة الريفية فى إعتبارها ، وتعى تماماً أن أبعاد واقع المرأة الريفية ذا الجذور العميقة لا يمكن أن يتغير دفعة واحدة بل لابد من تحديد الأولويات .

ويمكن تحديد أولويات للمشاكل التى تواجه المرأة الريفية من واقع هذا البحث والبحوث والدراسات الأخرى التى أجريت فى هذا المجال على النحو التالى :

١- مشكلة الأمية .

٢- زيادة النسل .

٣- عدم وعى المرأة الريفية بأهمية دورها فى المجتمع ، وإعتقادها أن حل مشكلات المجتمع هى مسئولية الرجل .

٤- تسلط الرجل ، ومحدودية دور المرأة فى المجتمع الريفى .

٥- قلة الدخل .

٦- المشكلات الصحية .

٧- كثرة الأعباء الملقاة على عاتقها .

٨- هجرة الأزواج للعمل فى الخارج .

٩- زيادة الإستهلاك .

١٠- العادات والتقاليد البالية .

١١- إهمال التدريب المهنى للريفيات ، وقلة عدد مراكز التدريب .

وعلى هذا يمكن تحديد أولويات الموضوعات المقترح أن تتناولها وسائل الإعلام الجماهيرى (إستفادة من نتائج هذا البحث والبحوث الأخرى) على النحو التالى :

١- الدعوة إلى تعليم المرأة ومحو أميتها .

ولا ينبغى أن يتوقف دور وسائل الإعلام عند مجرد تنظيم الحملات التعليمية للقضاء على الأمية ، بل لابد أن تقوم بدورها فى تغيير الإتجاهات والمعتقدات والمعايير الخاصة بتعليم الفتاة .

٢- تنظيم الأسرة .

٣- التوعية الصحية .

وذلك بهدف مساعدة المرأة للتغلب علي مشكلات التغذية والتلوث والأمراض المتوطنة.

٤- موضوعات الأحوال الشخصية والتشريعات المختلفة ومساواة المرأة بالرجل .

٥- تربية الأبناء تربية سليمة .

من خلال المساهمات فى توعية المرأة فى مجال العناية بالطفل وتربية النشء .

٦- سبل زيادة دخل الأسرة .

٧- التعرض للعادات والتقاليد فى القرية المصرية .

٨- مناقشة التغيرات السلبية والإيجابية فى القرية المصرية .

٩- تدريب القيادات النسائية .

١٠- التوعية السياسية .

وذلك لتعريف المرأة بحقوقها وواجباتها السياسية ، والمطالبة بدعـم هـذه الحقـوق ورفـع مستوى الثقافة السياسية للمرأة .

١١- ترشيد الإستهلاك .

١٢- الدعـوة لعمـل المـرأة الريفيـة حتـى تعـود مـرة أخـرى لتصبـح منتجـة لا مجـرد مستهلكة.

٩/١ أن تتعامل وسائل الإعلام الجماهيرى مع قضايـا المـرأة المصريـة عامـة والريفيـة خاصة بشكل أكثر شجاعة وأن تدرك أن دورها لا ينبغى أن يظل دوراً تابعاً منقـاداً أو مجـرد صدى لواقع المجتمع الراهن وحاله ، بل أن لها دور قيادى رائد للنهوض بالمرأة .

١٠/١ أن يكون طابع الحوار ، وعـرض كـل وجهـات النظـر بكافـة أشكاله هـو السـائد لمعالجة كل قضايا المـرأة عامـة والريفيـة خاصـة ، وعـدم إهمـال وجهـات نظـر المخـالفين أو المحافظين ، عدم تجاهل ما يقولون وتجنب أسلوب فرض الرأى على الجمهـور بشـكل يطمـس شـخصياتهم ويجعـل القـائمين بالإتصـال فـى مجـال الإعـلام النسـائى يبـدون متحيزين وكـأنهم ينظرون إلى جمهورهم على أنه قاصر عاجز عن التفكير وتكوين الرأى ويحتاج للوصـاية .

١١/١ الدقة فى كل ما يقدم من مضامين ، والتدقيق فى إختيار الشخصيات النسائية التى تشارك فى الحوار أو المناقشة فى أية قضية تتعلق بالمرأة ، والبعد عن الإستعانة بالنماذج التى لا تمثل القاعدة العريضة من نساء مصر شكلاً وجوهراً، ويبـدو فـى حديثهـا نغمـة التعـالى أو التفاهة فيما يطرحن من آراء أو يبدين من وجهات نظر ، مع تسليط الأضواء على الشخصيات النسائية الجادة البارزة .

١٢/١ البعد عن المعالجات الجزئية أو الهامشية ، وتناول قضايا ومشـاكلها بمعـزل عـن الواقع الإجتماعى الإقتصادى الذى تعيش فيه .

١٣/١ البعد عن الأسلوب الخطابى المباشر والشعارات الجوفاء والنصح الفج فى التوجه للمرأة وخاصة الريفية ، والعمل على تبسيط المعلومات وتقديمها للمـرأة الريفيـة بأسـلوب غيـر مباشر خاصة فى الإذاعة والتليفزيون .

١٤/١ أن تهتم وسائل الإعلام الجماهيرى بتخصيـص مندوبيـن ومراسـلين لهـا فـى كـل المحافظات خارج القاهرة وفى بعض القرى المصرية كلما كان ذلك ممكناً .

٢- ضرورة إيجاد صلة دائمة وتواصل مستمر بين القائمين بالإتصال فى مجال الإعلام النسائى والباحثين المهتمين بهذا المجال حتى يتسنى من خلال ذلك كتشخيص واقع المرأة بدقة وتفسيره تفسيراً حقيقياً مع إمكانية إستفادة الإعلاميين من نتائج هذه البحوث والدراسات فى عملهم الإعلامى وذلك من خلال :

١/٢ دعوة الجهات الأكاديمية والبحثية إلى إجراء المزيد من البحوث وعقد الندوات والمؤتمرات التى تناقش قضايا المرأة عامة والريفية خاصة ، وتوجيه الدعوة للإعلاميين للمشاركة فيها سواء بأوراق بحثية أو بالمناقشة والتعقيب أو على الأقل بالحضور والمشاركة .

٢/٢ حث القائمين بالإتصال على الإهتمام بالإشتراك فى المؤتمرات والندوات واللقاءات التى تناقش أوضاع المرأة وقضاياها وتغطيتها إعلامياً ، ومحاولة الإستفادة من نتائجها فى عملهم كمصادر لمادتهم الإعلامية الخاصة بالمرأة .

٣/٢ عقد بعض اللقاءات المفتوحة بين حين وآخر للإعلاميين والباحثين عن شئون المرأة للتعريف بإحتياجاتها وأولوياتها ومناقشتها .

٣- الإهتمام بإختيار القائمين بالإتصال فى مجال الإعلام النسائى من بين المؤهلين وتدريبهم ، وذلك من خلال :

١/٣ مراعاة أن يتم إختيارهم من بين من لهم إتجاهات إيجابية نحو المرأة عامة ، والمرأة الريفية خاصة ورسالتها ودورها فى المجتمع ، فهؤلاء فقط الذين يملكون القدرة على إحداث التغيير المنشود فى الصورة الراهنة النمطية التى تقدم بها المرأة ، فغير المؤمنين بأن المرأة كائن كامل متساوٍ مع الرجل فى الحقوق والواجبات ، وأنها شريك فى تحقيق التنمية ، والذين ينظرون لهذا العمل على أنه مجرد مهمة إعلامية لا مسالة إجتماعية هؤلاء لن يكون فى إمكانهم تحقيق هذا التغيير .

٢/٣ تنظيم برامج تدريبية مستمرة للعاملين فى الإعلام النسائى - خاصة الصحفيين الذين يفتقر أغلبهم لهذا التدريب عكس الحال بالنسبة للإذاعيين والتليفزيونيين - تستهدف ما يلى :

١/٢/٣ توعيتهم بالإحتياجات الإعلامية للمرأة عامة ، والريفية خاصة وأولويات هذه الإحتياجات .

٣/٢/٢ تزويدهم بالمهارات اللازمة لاداء عملهم الإعلامى وتطويره .

٣/٢/٣ تزويدهم بالقيم المرغوب التأكيد عليها عند التوجه للمرأة بكافة قطاعاتها .

٣/٢/٤ تنظيم بعض اللقاءات المفتوحة وحلقات النقاش وورش العمل من حين لآخر للتعريف بإحتياجات المرأة وأولوياتها .

ويقترح فى هذا المجال إنشاء مركز للتدريب الصحفى - شبيهاً بمركز التدريب الإذاعى والتليفزيونى التابع لإتحاد الإذاعة والتليفزيون - يشترك فى إنشائه نقابة الصحفيين، والمجلس الأعلى للصحافة ، وكلية الإعلام - جامعة القاهرة ، والمؤسسات الصحفية ، يتولى تنظيم دورات تدريبية ومستمرة للصحفيين فى كافة المجالات ومن بينها مجال صحافة المرأة .

٤- إعادة النظر فى ضوابط الإعلانات التليفزيونية التكنولوجيا تعتمد على إستغلال المرأة كعنصر إغراء وتركز على الإيحاءات الجنسية للمرأة فى الإعلان .

ما يقدمه هذا البحث من إضافات جديدة فى مجال دراسات المرأة ووسائل الإعلام :

يمكن القول إن هذا البحث يعد إستكمالاً للجهود العلمية السابقة والبحوث الجادة التى عنت بدراسة المرأة المصرية ووسائل الإعلام غير أنه يتميز ببعض الأمور تمثل إضافات جديدة فى هذا المجال والتى يمكن إجمالها فيما يلى :

١- أنه من البحوث الإعلامية القليلة التى ركزت كل إهتمامها وبشكل محورى على قياس مدى إهتمام وسائل الإعلام المصرية بقضايا المرأة الريفية والتنمية فى المجتمع ، إذ كان هذا الجانب يمثل جزئية فرعية فى البحوث السابقة ، يتم دراستها بشكل عام وسريع .

٢- أن كل البحوث السابقة التى درست مضمون هذه الوسائل توقفت عند فترة الثمانينيات ، وإمتد بعضها ليدرس مضمون وسيلة إعلام معينة - بشكل تطورى - مثل بعض البحوث التى تناولت مجلة " حواء " ودرستها منذ نشأتها فى الخمسينيات ، وإن توقفت عند السبعينيات .

كما ركزت البحوث التى تناولت الأجزاء الخاصة بالمرأة فى الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات العامة على دراسة مضمونها خلال الستينيات والسبعينيات من هذا القرن .

أما البحوث الخاصة ببرامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون فقد ركزت على تحليل مضمون هذه البرامج فى الثمانينات .

وإهتمت البحوث الخاصة بصورة المرأة فى السينما المصرية بالفترة الممتدة من الستينيات وحتى الثمانينيات أيضاً .

ويعد هذا البحث هو الأول الذى يركز على دراسة الإعلام الخاص بالمرأة بوضعه الراهن فى التسعينات من هذا القرن .

٣- أن هذا البحث حاول أن ينهج نهجاً شاملاً فى دراسته للإهتمامات الخاصة بالمرأة المصرية فى كل وسائل الإعلام الجماهيرى المصرية (الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات العامة والمجلات النسائية المتخصصة وبرامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون) مما يمكن أن يعطى صورة متكاملة وواضحة الأداء الإعلامى فيما يتعلق بقضايا المرأة المصرية .

فى حين يظهر من إستعراض البحوث السابقة أن معظمها ركز على دراسة الإعلام الخاص بالمرأة فى وسيلة واحدة أو وسيلتين على الأكثر كتلك البحوث التى تناولت الصحافة النسائية المتخصصة والأجزاء الخاصة بالمرأة فى الصحف العامة[*] ، أو البحوث التى ركزت على الإعلام النسائى فى الراديو والتليفزيون[**].

كما أنه لم يقتصر على دراسة المضمون الموجه للمرأة من خلال الأجزاء الخاصة بالمرأة فى الصحف أو البرامج الخاصة بالمرأة فى الراديو والتليفزيون ، بل إمتد إهتمامه إلى تحليل كل ما قد يخص المرأة أو يتعلق بها من المواد الصحفية المنشورة فى كل الصحيفة - وليس الجزء الخاص بالمرأة فقط - وكذلك كل المواد الإذاعية والتليفزيونية التى تناولت المرأة خارج إطار البرامج الموجهة لها .

إضافة إلى هذا فقد تضمن الابحث تحليلاً لبعض الأفلام السينمائية والتليفزيونية والمسلسلات وغيرها من الأعمال الدرامية التى تضمنت بعض المضامين المتعلقة بقضايا المرأة والتى عرضها التليفزيون المصرى خلال فترة التحليل .

٤- كما أنه من البحوث الإعلامية القليلة [***] التى إستخدمت أكثر من مدخل بحثى لدراسة واقع الإعلام النسائى فى مصر ، إذ سعى لدراسة المضمون والشكل الذى يقدم به هذا المضمون ونوع معالجته والجمهور المستهدف بهذا المضمون وصورة المرأة كما تظهر فيه ،

---

[*] من نماذج ذلك : عواطف عبد الرحمن : " الصحافة ودور المرأة فى التنمية فى الستينيات والسبعينيات " بحث مقدم للندوة الدولية عن المرأة الريفية فى الفترة من ١-٤ ديسمبر ١٩٨٠م.

[**] من نماذج ذلك : عدلى رضا وعاطف العبد :" برامج المرأة فى الراديو والتليفزيون " د.ن ١٩٨٨م .

[***] من البحوث القليلة التى إهتمت بدراسة المضمون والقائمين بالإتصال :
بحث : جيهان إلهامى :" الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية خلال العقد العالمى للمرأة (٧٥-١٩٨٥) " رسالة ماجيستير غير منشورة ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ١٩٨٩ .

ولم يكتف فى هذا المجال بالتحليل الكمى ، بل جمع بينه وبين التحليل الكيفى ، وكذلك دراسة القائمين بالإتصال فى الإعلام النسائى من حيث تأهليهم وتدريبهم والعوامل التى تؤثر على أدائهم لعملهم وإتجاهاتهم نحو المرأة وخاصة المرأة الريفية .

٥- من بين ما يميز هذا البحث أيضاً الرؤية المقارنة التى تتسم بها أجزائه المختلفة فى دراسة وسائل الإتصال المطبوعة والمسموعة والمرئية أو بين نتائج تحليل المضمون ونتائج الدراسة الخاصة بالقائمين بالإتصال ، مما يعطى عمقاً للتحليل ، ويكشف عن الأبعاد المختلفة التى تحكم الأداء فيما يتعلق بالإعلام النسائى.

٦- يعد هذا البحث من البحوث القليلة جداً التى إهتمت فى دراسة القائمين بالإتصال فى وسائل الإعلام بقياس إتجاهاتهم من خلال مقياس للإتجاهات أعد لهذا الغرض .

٧- كما تناول هذا البحث بالدراسة مجلة " نصف الدنيا " التى لم يسبق تناولها بالدراسة من قبل فى أى بحث من البحوث السابقة التى إقتصرت على دراسة مجلة " حواء " كمجلة نسائية وحيدة كانت تصدر فى مصر .

الفصل الثالث ..

قرية الزرابي

نتائج دراسات الحالة بقرية الزرابى

العينة :

أجريت دراسات الحالة على عشر مبحوثات من قرية الزرابى . وقد صمم هيكل العينة موضع دراسة الحالة بحيث يكون مقاربا ، قدر الإمكان ، لخصائص العينة الواسعة التى اشتملتها الدراسة الاستطلاعية ويعكس ذات المتغيرات (التعليم ، متغيرالأجيال ، الحالة العملية، المستوى الاقتصادى ، الدين ، الحالة الاجتماعية) .

وفيما يلى توزيع العينة وفقاً للمتغيرات الأساسية :

مستوى الأجيال (التوزيع العمرى) :

إقترب التوزيع العمرى للنساء فى دراسات الحالة من التوزيع العمرى للنساء فى القرية، حيث تراوحت أعمار المبحوثات ما بين ٢٣ عاماً و٥٧ عاماً ، مثلت الجيل الجديد خمسة مبحوثات بنسبة ٥٠٪ (بلغت نسبة الجيل الجديد بين نساء القرية ٤٣,٨٪) ومثلت جيل الوسط ثلاث مبحوثات بنسبة ٣٠٪ (بلغت هذه النسبة فى القرية ٣٨,٣٪) ، ومثلت الجيل القديم مبحوثتان بنسبة ٢٠٪ (بلغت هذه النسبة فى القرية ١٧,٩٪) .

مستوى التعليم : تم إختيار ثلاثة أميات ، تنتمى إثنتان منهن إلى الجيل القديم، وواحدة إلى جيل الوسط ، وسبعة مبحوثات متعلمات ، واحدة تعرف القراءة والكتابة وثلاثة حاصلات على الشهادة الإعدادية وثلاثة حاصلات على شهادات جامعية ، ويلاحظ أن نساء الجيل الجديد فى العينة كلهن متعلمات .

الحالة العملية : إشتملت العينة على ثلاث مدرسات ، وواحدة تعمل بتجارة الأقمشة ، وواحدة تعمل بالحياكة (والخمسة يعملن خارج المنزل) ، ومبحوثتان تعملان بتربية الطيور داخل المنزل وثلاثة مبحوثات لا تعملن (ربات بيوت) .

الحالة الاجتماعية : ضمت العينة ست متزوجات ، وثلاث فتيات لم يتزوجن بعد ، وارملة واحدة .

الديــن :

ضمت العينة سبعة مسلمات ، وثلاث مسيحيات وذلك فى محاولة للإتساق مع نسبة عدد السكان المسيحيين فى القرية والتى بلغت ٥٢,٧٪ وفقاً لتعداد ١٩٧٨ .

الإطار الاقتصادى للحالات :

المهنة : يعمل ثلاثة مـن أربـاب أسر الحـالات المبحوثـة بالزراعـة وإثنـان بالتجـارة ، وإثنان بالوظائف الحكومية ، وإثنان بالتدريس ، ومأذون واحد .

الحيازة : يمتلك خمسة من أرباب الاسر أراضى زراعية (٣ يملكون ما بين فدان إلى خمسة أفدنة ، وإثنان يملكون عشرة أفدنة) بينمـا لا يوجـد لـدى الخمسـة الآخريـن مـن أربـاب الأسر أية حيازة زراعية .

المستوى الاقتصادى :

تعيش سبع حالات فى مستوى اقتصادى متوسط حيث يقمن فى مبانى تقليدية مكونة مـن طابقين ومبنية من الطوب الأحمر والطوب اللبن . وتتراوح غرف السكن ما بين غرفتيـن إلـى ثمان غرف ، مع ملاحظة أن كثرة إرتفاع عدد الغرف لا يدل على الثراء فأحد هذه الأسـر قد ورثت منزلها المكون من ثمان غـرف وهـو مبنـى منـذ عـام ١٨٦٥ ، وأخـرى[١] بنـت منزلهـا بإستخدام قرض من البنك وتتكون هذه المنازل من غرف للنوم ومخزن للغلال وغرف استقبال كما أن بها سلعاً معمـرة (تليفزيـون ، غسـالة ، ثلاجـة ، مروحـة) . ومـن ناحيـة الحيـازة فـإن أسرتين من هذه الأسر لديها حيازة ،أحدهما تحوز فدانين ونصف[٢] والأخرى عشرة أفدنة[٣] .

وهنـاك أسـرتان تعيشـان فـى مسـتوى اقتصـادى فـوق المتوسـط حيـث تتـراوح ملكيتهـا للأرض الزراعية ما بين خمسة إلى عشرة أفدنة . وتعيش إحدى هاتين الأسرتين ، وهى أسـرة " مريم دهب " فى مسكن حديث مبنى بالأسمنت المسلح يتكون من طـابقين مبنـى عـام ١٩٩٤

---

[١] – أسرة الحالة " مريم دهب سيدهم " ، من جيل الوسط ، حاصلة على شهادة متوسطة وتعمل مدرسة ، متزوجة مـن أمى .

[٢] – أسرة الحالة " عواطف محمود جعفر " ، وهى زوجة مأذون القرية .

[٣] – أسرة الحالة " فتحية عبد الرحمن " وهذه الحيازة موروثة من والدها المتوفى ومصدر دخل أساسى لأسرة مكونـة من ستة أفراد حيث أن " فتحية " لم تتزوج بعد وما زالت تعيش مع أسرتها .

وتكلف ثلاثة عشر ألف جنيه دفعت الأسرة منهم عشرة آلاف جنيه من مالها الخاص . أما الأسرة الثانية وهى أسرة " بهية محمد السكرى " [1] لكن على الرغم من ملكية الأسرة لعشرة أفدنة إلا أن هذه الأرض مؤجرة لآخرين ، كما أن المنزل مبنى منذ عام ١٩٤٠م . غير أن إرتفاع المستوى الاقتصادى للأسرة يعود إلى عمل أفرادها بالتجارة وملكيتها لمحل تجارى مكنها من بناء منزل بالقاهرة .

تضم دراسات الحالة أسرة فقيرة [2] ، تعيش فى منزل مكون من حجرتين من الطوب اللبن ، ولا توجد لديها حيازة ، ورب الأسرة بائع متجول ، كما لا تمتلك الأسرة أية سلع معمرة .

الإطار الاجتماعى للحالات :

يتراوح عدد الأبناء فى الأسرة لدى ست حالات ما بين ثلاثة إلى أربعة أطفال ، بينما يتراوح فى أربعة حالات ما بين خمسة إلى سبعة أطفال ، فإذا أضفنا أن معظم الأسر تضم إلى جانب الأب والأم أقارب آخرين يقيمون بصفة دائمة مع الأسرة لوجدنا أن العينة تؤكد ما ورد فى التقرير الاستطلاعى للبحث حول شيوع ظاهرة الأسر كبيرة العدد فى القرية .

الاستقلالية فى السكن بالنسبة للحالات :

تعيش ثلاثة مبحوثات فى سكن خاص بهن ، وسبعة مبحوثات تقمن مع ذويهن (أما مع الأهل : الأب والأم والإخوة بالنسبة للفتيات غير المتزوجات أو الأبناء فى حالة الأرملة ، أو مع أهل الزوج فى الثلاث حالات الأخريات) . وقد تراوح عدد الأفراد الذين يعيشون فى المسكن الواحد ما بين خمسة إلى تسعة أفراد.

المستوى التعليمى داخل الأسرة :

– خمسة من أرباب الأسر متعلمين (ثلاثة حاصلون على مؤهل متوسط وإثنان يقرأن ويكتبان) ، بينما هناك أربعة من أرباب الأسر أميون .

---

(١) – " بهية محمد السكرى " من الجيل القديم ، ويجب ملاحظة أن حيازة الأسرة المذكورة تعول عدداً كبيراً من الأفراد فلديها ثمانية أولاد كما تعيش مع زوجة أبنها وثلاثة أحفاد .

(٢) – وهى أسرة الحالة " لؤلوه تادرس " ، أرملة وتبلغ من العمر ٥٥ عاماً وتعمل فى تجارة الأقمشة .

– ستة من أمهات الحالات أميات وأربعة متعلمات (ثلاثة حصلن على الشهادة الإعدادية وواحدة نالت تعليماً متوسطاً) .

– كشفت دراسات الحالة عن أن جميع الأبناء الذين هم فى سن التعليم مدرجون بالفعل فى مراحل التعليم المختلفة مما يعكس إهتمام الأسر بتعليم أبناءها .

الزواج والعلاقات داخل : لم تتعرض دراسات الحالة للمطلقات لأنهن لا يمثلن سوى نسبة هامشية فى القرية (حوالى ٠,٤٪ وفقاً لتقرير المعلومات) .

– لوحظ إرتفاع سن الفتيات غير المتزوجات فى القرية بشكل عام . وفى دراسات الحالة كان سن الفتيات غير المتزوجات هو ٣٠ سنة ، ٢٣ سنة ، حيث ضمت دراسات الحالة ثلاث مبحوثات غير متزوجات وهن تمثلن نسبة تتفق إلى حد ما مع نسبة غير المتزوجات فى القرية التى تبلغ ١٧,٧٪ حسب ملفات المعلومات بمحافظة اسيوط .

– لم تتعرض دراسات الحالة لتعدد الزوجات لأنها تمثل نسبة هامشية فى مجتمع القرية لم تزد عن ٠,٨٪ من واقع العينة الكلية المدروسة فى الدراسة الاستطلاعية .

– تراوح سن الزواج فى حالات المتزوجات السبعة التى شملتهن دراسات الحالة بين ١٣ سنة و٢٥ سنة . ويلاحظ استمرار ظاهرة الزواج المبكر فى الأجيال الجديدة ، حيث بلغ سن الزواج لدى سيدتين من الجيل الجديد (١٣ –١٥ سنة) وهو دون السن القانونى للزواج .

– يلاحظ إرتفاع متوسط الفارق بين عمر الزوجة والزوج فى القرية ، حيث بلغ عشر سنوات تقريباً [١] .

– تقيم اربع حالات فى مسكن واحد مع والدى الزوج وإخوته ، وتقيم خمس حالات فى مسكن خاص بالأسرة وحدها ، وحالة واحدة تقيم فى مسكن خاص بها مع شقيقتها نظراً لوفاة والديها [٢] .

– فيما يتعلق بالعلاقات داخل الأسرة جاءت الإجابات نمطية للغاية فى معظم الحالات ، فقد أكدت تسع حالات على أنها علاقات يسودها الحب والود المتبادل ، وبالنسبة للتشاور بين الزوجين فقد أكدت ثمانية حالات على أن علاقاتهن بازواجهن تقوم على التشاور والتفاهم .

(١) – يبلغ أقل فارق فى عمر الزوجين خمس سنوات ، ويصل أقصى فارق إلى ١٥ عاماً .
(٢) – وهذه المبحوثة تقيم مع عمها وزوجته وأولاده فى نفس البيت ، وإن كان لكل من الأسرتين شقة خاصة بها .

وبالطبع فإن هذه النتائج قد خضعت لتدخل عوامل الهيبة الإجتماعية ورغبة المبحوثات فى تقديم صورة جيدة عن وضعهن داخل الأسرة .

المحور الثقافى والإعلامى :

قراءة الصحف :

سبقت الإشارة عند عرض نتائج الدراسة الاستطلاعية إلى أن هناك تدنياً ملحوظاً فى نسبة قراءة الصحف بين سكان القرية وعلى الأخص النساء . وتؤكد نتائج دراسات الحالة هذه النتيجة حيث بينت أن عدد النساء القارئات للصحف إثنين فقط من بين عشر حالات أجريت معهن مقابلات معمقة . ويمكن إرجاع ظاهرة تدنى قراءة الصحف إلى ذات الأسباب العامة التى ذكرناها عند تحليل نتائج الدراسة الاستطلاعية وهى :

عدم وجود منافذ لتوزيع الصحف فى القرية وإنخفاض الدخل ، وكذلك الأسباب المرتبطة بوجه خاص بالمرأة من حيث إرتفاع نسبة الأمية بين النساء والتقاليد الإجتماعية التى تقيد حرية المرأة فى الخروج من المنزل . غير أن نتائج دراسات الحالة تشير إلى خطورة السبب الأخير المتعلق بقسوة التقاليد الإجتماعية ، فالعينة التى أجريت معها المقابلات المعمقة تضم سبع نساء متعلمات (إعدادى – عالى) أى أن ٧٠٪ من المبحوثات يعرفن القراءة والكتابة ويمكنهن الإطلاع على الصحف ، ورغم هذا لا نجد بينهن إلا إثنتان فقط يطالعن الصحف حيث أشارت بقية المبحوثات المتعلمات (٥ حالات) إلى صعوبة الحصول على الصحف بسبب عجزهن عن الحصول عليها من منافذ التوزيع الموجودة بالمدينة حيث تمنعهم التقاليد من مغادرة المنزل ، كذلك أشارت بعض الحالات إلى إنخفاض الدخل كسبب يحول بينهن وبين شراء الصحف .

وفيما يتعلق بالجريدة المفضلة فقد فضلت الحالة الأولى (عواطف) جريدة الأخبار لأنها سهلة الفهم على حد قولها [1] ، بينما فضلت الحالة الثانية (نجاة) جريدة الأهرام لاشتمالها على أخبار سياسية وكذلك دقتها وتضيف الوفد والأحرار من صحف المعارضة . ويلاحظ أن متغير التعليم كان له أثره على تفضيلات المبحوثين، فالأولى التى فضلت جريدة الأخبار حاصلة على الشهادة الإعدادية ، فى حين فضلت الحالة الثانية ، وهى تحمل شهادة عليا فى الدراسات الإسلامية ، جريدة الأهرام التى تتسم بطابع تحليلى أعمق .

---

[1] – الحالة رقم (٥) (عواطف جعفر) والحالة رقم (٧) (نجاة على أحمد) .

ظهر أثر متغير التعليم أيضاً تفضيلات المجلات ، حيث فضلت المبحوثة الحاصلة على الإعدادية (عواطف) مجلات روزاليوسف والشباب وعلوم المستقبل وأكتوبر بينما فضلت الحالة الثانية (نجاة) مجلات أكثر إرتباطاً بمجال تعليمها وتخصصها مثل فقه المرأة المسلمة ومجلة الأزهر والعربى . وقد أشارت إحدى المبحوثين (عواطف) إلى أنها لا تهتم بالمجلات النسائية لعدم تعبيرها عن واقع المرأة الريفية .

وفيما يتعلق بالموضوعات الأكثر مقروئية فى الصحف : أشارت المبحوثة[1] "نجاة " أنها تفضل قراءة عمود أنيس منصور والصفحة الأخيرة من الأهرام ، وكذلك التحقيقات التى تقدم نقداً لمساوئ المجتمع وتمس قضاياه فى الوفد والأحرار. هذا بينما أفادت " عواطف " [2] بأنها تفضل قراءة الصفحة الأولى بجريدة الأخبار وصفحة الحوادث ، وعمود فكرة الذى يكتبه مصطفى أمين ، ومذكرات الساسة ، وبورصة الأخبار فى روز اليوسف ، ومقال إسعاد يونس فى الشباب وعلوم المستقبل ، وماذا تفعل لو كنت مكانى فى مجلة أكتوبر .

أما بشأن كيفية الحصول على الجريدة ، فقد أفادت " نجاة " أنها تشتريها أثناء سفرها إلى أسيوط للعمل ، بينما لم تنشر الحالة الثانية " عواطف " إلى مصدر للحصول على الجريدة التى تفضل قراءتها .

وحول مدى الإنتظام فى قراءة الصحف والمجلات ، أفادت المبحوثة " نجاة " بأنها غير منتظمة فى قراءة المجلات بالذات ولا تشتريها إلا إذا وجدتها مصادفة ، أو تيسر لها شراءها فى محطة أسيوط ، مما يؤيد نتائج الدراسة الإستطلاعية الخاصة بإرتفاع نسبة عدم الإنتظام فى متابعة الصحف والمجلات لبعد منافذ التوزيع وعدم وجود مركز لها فى القرية .

وعن المفاضلة بين الصحف والتليفزيون ، أفادت نتائج الدراسة الإستطلاعية بأن التليفزيون يأتى فى المرتبة الأولى فى المفاضلة ، وقد أيدت دراسات الحالة هذه النتيجة ، حيث أكدت جميع المبحوثات على أنهن يشاهدن التليفزيون ويحرصن على ذلك (١٠ حالات) بينما لا تتابع الصحف سوى مبحوثتان إحداهما بشكل منتظم والأخرى بشكل غير منتظم .

---

[1] – الحالة رقم (٧) المبحوثة " نجاة على " حاصلة على شهادة عليا فى العلوم الإسلامية .

[2] – الحالة رقم (٥) " عواطف جعفر " حاصلة على الشهادة الإعدادية .

٢- الإذاعة والتليفزيون :

برامج الإذاعة والتليفزيون المفضلة :

بالنسبة لبرامج الإذاعة أفادت إحدى المبحوثات بأنها تفضل برامج ربات البيوت وأخبار خفيفة وعلى الناصية وبرنامج إعترافات فى إذاعة صوت العرب ، وإتفقت معها حالة أخرى ، هى المبحوثة " نجاة " فى تفضيلها لبرنامجى ربات البيوت وعلى الناصية وإن إختلفت فى تفضيلات أخرى ذكرت أنها تداوم على الإستماع لبعض البرامج الثقافية مثل " مكتبة فلان " والبرامج الطبية " ، ويبدو هنا أن تفضيلات البرامج الإذاعية تتأثر بمستوى ثقافية تقترب من إهتمامها ، إلا أننا لا يمكن تعميم هذه النتيجة لمحدودية العينة المدروسة التى لا تمثل بالضرورة كل مجتمع القرية .

ولقد أكدت دراسات الحالة أن " ثلاثة مبحوثات فقط [1] من العشرة يستمعن إلى إذاعة شمال الصعيد وهؤلاء المبحوثات متعلمات وإحداهن ، المبحوثة " عواطف جعفر " من قارئات الصحف وتهتم بمتابعة الإذاعة والتليفزيون بصفة عامة ، ويمكن أن نستنتج من ذلك أن المتعلمات من أبناء القرية أكثر إهتماماً بمتابعة القضايا المحلية التى تعرضها إذاعة شمال الصعيد .

أما بالنسبة لبرامج التليفزيون المفضلة فقد أفادت إحدى المبحوثات أنها تهتم بمتابعة برنامج صباح الخير يا مصر ونشرة الأخبار فى حين لم تفاضل بقية المبحوثات بين برنامج وآخر .

برامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون :

أشارت نتائج دراسة الحالة إلى أن تسعة مبحوثات أكدن أن برامج المرأة فى الإذاعة والتليفزيون لا تعبر عنهن ولا تعكس صورة صحيحة عن المرأة الريفية بصفة عامة ، بينما أفادت مبحوثة واحدة ، وهى آنسة عاملة ، بأن هذه البرامج تناقش مشاكل المرأة العاملة وبالتالى تعبر عنها .

---

[1] – وهن الحالة رقم (٣) المبحوثة " فتحية عبد الرحمن " ٢٣ سنة وحاصلة على ليسانس دار العلوم ، والحالة رقم (٥) " عواطف جعفر " ، الحالة رقم (١٠) .

تتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسة التى أجراها قسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة وحلل فيها المعالجة الإذاعية والتليفزيونية لقضايا المرأة الريفية والتنمية فى الريف المصرى [1] ، حيث أشارت هذه النتائج إلى ضعف الإهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية بشكل ملحوظ فى البرامج المقدمة من الشبكة الرئيسية فى الإذاعة حيث لم تتجاوز نسبة الإهتمام بقضايا المرأة الريفية والتنمية سوى ٨,٤٢٪ فقط من إجمالى الإهتمام بقضايا التنمية و١,٨٢٪ من حجم الإهتمام بقضايا المرأة والأسرة رغم أن المرأة الريفية تشكل ٥٦٪ من إجمالى عدد نساء مصر [2] . ونفس الشئ نجده فى المواد التى تبثها قنوات التليفزيون وإن كانت تلك المواد تبدى إهتماماً أكبر قليلاً بالمرأة الريفية من ذلك الذى تبديه المواد الإذاعية ، ذلك حيث إحتلت الموضوعات الخاصة بالتنمية التى تتعرض للمرأة الريفية الترتيب التالى بنسبة ٢٣,٨٦٪ فى القناة الأولى و ٢٣,١٥٪ فى القناة الثانية فى حين لم يظهر أى إهتمام بالمرأة الريفية بالقناة الثالثة ، وتجدر الإشارة هنا إلى أن الموضوعات الخاصة بالتنمية التى عرضنا لنسبة إهتمامها بالمرأة الريفية فى القنوات الثلاثة لا تشغل سوى ٢٧,٤٨٪ من حجم إهتمام هذه القنوات بقضايا المرأة بوجه عام [3] .

وبالعودة إلى نتائج دراسات الحالة نجد أن تأكيد المبحوثات على أن برامج المرأة لا تعبر عنهن لم يمنع من أن بعضهن قد استفادن من هذه البرامج بشكل أو بآخر ، فقد أشارت ثلاث مبحوثات إلى أن هذه البرامج أفادتهن فى تربية أبنائهن ، بينما أشارت حالتان ، وهما لم تتزوجا بعد ، أن هذه البرامج أفادتهن فى تعلم الطهى والتفصيل والخياطة [4] .

وكانت أهم مقترحات المبحوثات فيما يتعلق ببرامج المرأة هو زيادة عدد الفقرات التى تتحدث عن المرأة الريفية وتهتم بها فى جميع شرائحها ومستوياتها .

مشاهدة المسلسلات والأفلام العربية :

أوضحت نتائج الدراسة العامة أن معظم المبحوثات يشاهدن الأفلام والمسلسلات بشكل دائم ، وأيدت دراسات الحالة نفس النتيجة مع تأكيد جميع المبحوثات (١٠ حالات) على تفضيلهن للأفلام القديمة لأنها تعبر فى رأيهن ، عن الحياة الواقعية والإنسان البسيط وتناقش مشاكل الأسرة المصرية .

---

[1] – د. جيهان يسرى ، المعالجة الإذاعية والتليفزيونية لقضايا المرأة والتنمية فى الريف المصرى (دراسة تحليلية لعينة من الخدمات الإذاعية والتليفزيونية عام ١٩٩٢) ، قسم الصحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة ، فبراير ١٩٩٣ . وهذه الدراسة تمثل الشق الإعلامى من البحث الشامل للمرأة والإعلام والذى تعبر الدراسات التى أجريت فى قرية الزرابى الواردة فى هذا التقرير قسما ميدانيا منها .

[2] – د. جيهان يسرى ، المعالجة الإذاعية .. المصدر السابق مباشرة ، ص١٣ .

[3] – نفس المصدر ، ملحق الجداول ، جدول رقم (٢٦) .

[4] – ويلاحظ أن إحدى المبحوثات تعمل خياطة لذا جاء تركيزها على هذا الجانب خاصة وأنها تشاهد برامج المرأة فى التليفزيون يوم الجمعة فقط عند الجيران لعدم إمتلاكها جهازاً خاصا بها .

متابعة الأفلام الاجنبية :

إتفقت نتائج دراسات الحالة الإستطلاعية من حيث مدى متابعة المبحوثات للمسلسلات الأجنبية ، حيث أشارت المبحوثات غير المتعلمات (الأميات) أنهن لا تشاهدن المسلسلات الأجنبية ذلك لانهن لا يفهمن اللغة وليس بإمكانهن قراءة الترجمة العربية على شاشة التليفزيون وذكرت بعض المبحوثات أن تلك المسلسلات تقدم عادات وتقاليد مخالفة لما إعتدن عليه .

أما المبحوثات المتعلمات فقد أكدن متابعتهن للمسلسلات الأجنبية وبررن ذلك بأنها شيقة ومثيرة وتقدم لهن معرفة بالعالم الخارجى المتقدم . وكانت أهم المسلسلات التى يقبلن على مشاهدتها " فالكون كريست " ، " العملاق الأخضر " ، "نوتس لاندنج" ، " سفينة الحب " .

مشاهدة الإعلانات :

أشارت نتائج درسات الحالة . متفقة مع نتائج الدراسة الإستطلاعية ، إلى أن معظم المبحوثات تشاهدن الإعلانات . وترى معظمهن أنها جيدة ولطيفة ومفيدة كوسيلة لترويج السلع بينما ترى قلة من المبحوثات أنها كثيرة ومملة ومنافية للتقاليد.

وقد احتل إعلان تنظيم الأسرة المرتبة الاولى بين الإعلانات المفضلة (إعلان الدكتورة كريمة حسب تسمية المبحوثات أنفسهن) ثم إعلان الشاى ، فإعلان البلهارسيا وتليها الإعلانات التى ينتجها الهلال الاحمر والخاصة بالتوعية الصحية ، ثم تأتى إعلانات المنظفات فإعلانات الملابس ، وأخيرا إعلان الشمعدان .

المفاضلة بين التليفزيون والراديو :

إتفقت معظم الحالات على تفضيل التليفزيون لأنه مرئى ومسلى ويعرض أفلام ومسلسلات ، وقد أشار عدد قليل من المبحوثات إلى أنهن تفضلن الراديو لأنه وسيلة لا تشتتهن وتستطعن الإستماع إليه أثناء أداء الأعمال المنزلية وهذه الفئة معظمها من غير العاملات خارج المنزل اللاتى يقضين فترة الصباح فى أعمال المنزل .

طريقة مشاهدة التليفزيون :

تشاهد معظم المبحوثات التليفزيون مع الأسرة ، وعند الجيران ، ثم بمفردها ، وأخيرا مع الاقارب وهو ما يؤكد نتائج الدراسة الإستطلاعية من حيث أن المشاهدة الجماعية هى الطريقة الشائعة فى متابعة التليفزيون وأنه نادرا ما تجلس المرأة أمام التليفزيون بمفردها .

موعد مشاهدة التليفزيون وإغلاقه :

ترتيباً على ما سبق فإن فترة المساء هى الفترة الحيوية لمشاهدة التليفزيون ، وهى الفترة الممتدة من السابعة وحتى العاشرة مساءاً ، وأحياناً تمتد حتى نهاية السهرة .

صورة المرأة فى التليفزيون :

رفضت أكثر من نصف المبحوثات صورة المرأة التى يقدمها التليفزيون فى برامجه ، واشارت المبحوثات المتعلمات أن التليفزيون يقدم صورة مشوهة للمرأة الصعيدية تظهرها على أنها متخلفة .

نتائج المستوى التحليلى الثانى
الخاص بدراسات الحالة

أولاً : إلى أى مدى أثرت وسائل الإعلام فى تنمية المرأة فى القرية المصرية تطبيقاً على قرية الزرابى :

١- أثبتت دراسات الحالة أن هناك مبحوثتان [١] فقط تداومان علـى قـراءة الصحف ما بين عشرة مبحوثات التى أجريت عليهـن دراسـات الحالـة . وعلى الرغم من أن إحداهن قد أجابت بما يفيد معرفتها بالأحزاب الخمسة الرئيسية وبالحياة ودرايتها بإنتخابات مجلس الشعب والشورى والرئاسة ، إلا أننا لا نستطيع أن نرجع ذلك إلى قراءتها للصحف وحدها حيث أنها متزوجة من عضو فى الحزب الوطنى الذى ربما أسهم فى تكويـن وعيها السياسـى علـى هذه الشاكلة .

من ناحية أخرى فإن الوعى السياسى للمبحوثتـان لـم يصـل بهمـا إلـى حـد المشـاركة السياسية ، فكلاهما لا تمتلكان بطاقات إنتخابية ولا تشـاركان فـى الإنتخابـات . أمـا عـن أسـس إختيار المرشح لو حدث وشاركتا فى الإنتخابات فأفادت إحداهن بأنها ستنتخب الأصلح بغض النظر عن كونه من القرية أم لا ، بينما لم تجب الأخرى عن هذا السؤال . وهذه النتيجة تطابق نتيجة الدراسة الإستطلاعية على النساء فـى القريـة ، فـأغلبهن لا يملكـن بطاقـات إنتخابيـة ولا يشـاركن فـى الإنتخابـات . ويمكـن إرجـاع ذلـك إلـى عـدة أسـباب تـأتى العـادات والتقـاليد فـى مقدمتها، حيث أن الرجال فقط هم الذين لديهم الحق فى المشاركة فى الإنتخابات فى حين تحرم النساء من ذلك .

---

[١] - وهى الحالة رقم (٧) " نجاة على أحمد " مدرسة وحاصلة على شهادة عليا فى الدراسات العربية والعلوم الإنسانية، وهى أنسة وتعيش مع شقيقها وحدهن فى شقة ويعيش عمها وأسرته فى شقة أخرى منفصلة بنفس المنزل بعد وفاة والدها الذى كان يعمل بالتجارة ومتعلم .
والثانية الحالة رقم (٥) وهى " عواطف جعفر " ، حاصلة على الإعدادية وهى من الجيل الوسط إذ تبلـغ من العمر ٣٧ عاما ولديها سبعة أولاد وهى تعمل خارج المنزل فى تربية الطيور والدواجن ومتزوجة من مأذون القرية .

ويبدو أن هناك إبتعاداً مقصوراً عن المشاركة السياسية لدى بعض المبحوثات، حيث أفادت إحداهن [1] بأنها غير مقتنعة بجدوى الإنتخابات .

أما عن رأى المبحوثتان القارئتان للصحف فى إمكانية تولى المرأة المناصب القيادية (عمدة – رئيس جمهورية) ، فقد إتفقنا على صلاحية المرأة لتولى هذان المنصبان إلا أنها ستواجه مشكلات كثيرة أهمها عدم تقبل الرأى العام لفكرة تولى المرأة هذه المناصب القيادية .

٢- وحول إرتباط قراءة الصحف بالوعى بقضايا الأسرة والقرية والمجتمع . فقد أثبتت نتائج دراسة الحالة أن هناك إرتباط قوى بين قراءة الصحف وهذا الوعى. فلقد كشفت إجابات المبحوثتان عن وعى مرتفع بأهم المشكلات حيث إتفقنا على أن أهم المشكلات التى تواجه الأسرة والقرية معاً هى البطالة والجهل والتخلف وغلاء المعيشة ومحدودية الدخل وإنعدام الخدمات ، أما أهم مشكلات المجتمع ككل فهى اللامبالاة المتمثلة فى عدم تصدى الجماهير لحل مشكلاتها . كذلك أشارت المبحوثتان إلى أن أهم مشكلات المرأة هى الأمية وعدم وجود دخل خاص للنساء بسبب عدم تدريب الفتيات على حرف تمكنهن من الحصول على دخل ، أى إنخفاض مستوى التدريب الفنى للفتيات القادرات على العمل .

٣- أما عن تأثير قراءة الصحف على تبنى قيم إجتماعية بعينها . فقد أثبتت النتائج أن الحالتين تتفقان على ضرورة تعليم الفتاة وألا يعوقها الزواج عن ذلك ، وان على الرجال مساعدة زوجاتهم فى الأعمال المنزلية وذلك حتى تستمر الحياة الزوجية وتكون مبنية على التفاهم والمشاركة .

لا شك أن إتفاق الحالتين على هذه القيم الإيجابية تعكس تطوراً لوعى المرأة الريفية فى النظر إلى قيمة تعليم الأنثى ، وكذلك فى إحداث تعديل ولو بسيط وهامشى فى تصورها لتوزيع الأدوار بين الرجل والمرأة داخل منظومة العلاقات الأسرية . إلا أننا لا نستطيع الجزم بعمق هذا التحول فى تطور وعى المرأة الريفية نتيجة لتأثير الصحافة عليها ، فبرغم الرؤية المتقدمة التى أعربت عنها الحالتان المبحوثتان ، إلا انهما أعربتا كذلك عن موقف مؤيد ومتبنى لكثير من القيم التقليدية المحافظة ، حيث أكدتا على أن الرجل يجب أن تكون كلمته مسموعة ومطاعة ، وأن المرأة المتزوجة يجب ألا تعمل وإنما تبقى بالمنزل لرعاية أطفالها الصغار وتربيتهم ، وأن إختيار الزوج للإبنة حق الأسرة وإن كان يجب أخذ رأى الفتاة قبل الموافقة .

---

[1] – الحالة رقم (٧) " نجاة على أحمد " .

ومن هنا تشير نتائج الدراسة إلى صعوبة القول بوجود إرتباط ملموس بين قراء الصحف وتبنى قيم إجتماعية بعينها حيث أفادت بأن المبحوثتين اللتين تقرأن الصحف لا تتميزان بوضوح عن باقى المبحوثات ولا تختلفان فى إقرار وتبنى هذه القيم .

٤- كانت نتائج الدراسة الإستطلاعية قد أشارت إلى عدم قراءة الصحف يرتبط بعمل الأمية إلا أن نتائج دراسات الحالة تفيد بان الأمية ليست السبب الوحيد حيث لم يثبت وجود إرتباط بين مستوى التعليم وبين الإنتظام فى قراءة الصحف ، فالمبحوثتان اللتان تقرأن الصحف إحداهما حاصلة على درجة علمية والأخرى حاصلة على الإعدادية وكلتاهما لا تقرأن الصحف بإنتظام .

٥- أثبتت دراسات الحالة أن هناك مؤشر يجب الإنتباه إليه ، وهو إرتباط العامل الإقتصادى بقراءة الصحف ، فالحالتين اللتين تقرأن الصحف لديهما مصدراً مستقلاً للدخل هو التدريس فى الحالة الأولى وتربية الطيور فى الحالة الثانية ، كما انهما تتمتعان بحرية التصرف فى جزء من هذا الدخل ، فضلاً عن أن المستوى الإقتصادى لأسرتيهما مستوى متوسط يسمح لهما بشراء الصحف .

فيما يتعلق بوسائل الإعلام الأخرى (الإذاعة والتليفزيون)

١- أثبتت دراسات الحالة أن جميع المبحوثات يتعرضن للإذاعة والتليفزيون . وتشير النتائج إلى وجود إرتباط بين متابعة الإذاعة والتليفزيون وبين إرتفاع الوعى السياسى للمبحوثات ومعرفتهن ببعض ما يدور بالساحة السياسية المصرية ، حيث تبين أن هناك خمس مبحوثات تعرفن المرشح فى إنتخابات الرئاسة ومجلس الشعب ومجلس الشورى والمجلس الشعبى المحلى ، وأربعة مبحوثات تعرفن المرشح فى إنتخابات رئاسة الجمهورية فقط . وقد أفادت ستة مبحوثات بأنهن يعرفن هؤلاء المرشحين من خلال الإذاعة والتليفزيون . كما تبين أن هناك سبع مبحوثات لا يعرفن حزب التجمع ، وأضافت مبحوثة حزب الأحرار وأخرى الحزب الناصرى ، وتبين أيضا أن أربعة من هؤلاء المبحوثات يعرفن الأحزاب من خلال وسائل الإعلام المختلفة إلا أن معرفتهن بالأحزاب لم تصل بهن إلى درجة المشاركة السياسية حيث تبين أن هناك مبحوثتان فقط لديهن بطاقات إنتخابية فضلاً عن عدم ذهاب أى منهن للتصويت فى الإنتخابات .

٢- وعن إرتباط التعرض لوسائل الإعلام بمستوى وعى المبحوثات بقضايا الأسرة والقرية والمجتمع ، فقد كشفت الدراسة عن وجود إرتباط بين التعرض لوسائل الإعلام وبين الوعى بمشكلات المجتمع حيث أكدت المبحوثات أن أهم مشكلة تواجه مصر الآن هى الإرهاب . وفى إعتقادهن أن المسئول الأول عن هذه المشكلة هى الحكومة ، ويمكن حل المشكلة عن طريق إقامة المزيد من المشروعات التى تستوعب الشباب بإعتبار أن البطالة والفقر يدفعان الشباب للإرهاب . كذلك أشارت المبحوثات مشكلة الغلاء وإرتفاع الأسعار وأكدن أن الحكومة هى المسئولة عن ذلك . ويمكنها حل المشكلة عن طريق خفض الأسعار . وقد عادت المبحوثات أكثر من مرة لمشكلة الإرهاب بتأكيدهن على أن حل المشكلة يكمن فى توفير فرص عمل للشباب وتوعيته .

٣- كشفت دراسات الحالة عن وجود إرتباط بين التعرض لوسائل الإعلام وبين تغيير بعض القيم والمفاهيم الإجتماعية ، وإن كانت هذه الإرتباطات بحاجة إلى دراسة تفصيلية أعمق، فقد إتضح أن المبحوثات يوافقن على أن الرجل الذى يأخذ برأى زوجته رجل " فاهم وممتاز " وإستخدمت بعضهن تعبير " ديقراطى " وأن الرجل الذى يساوى بين الولد والبنت رجل ديمقراطى . كذلك أكدت المبحوثات على أهمية تعليم البنت وأن الزواج لا يجب أن يحرم البنت من إستكمال تعليمها .

كما أن هناك مؤشرات على تغير بعض القيم والعادات الأخرى ولكن بدرجات أقل ، فعلى الرغم من موافقة جميع المبحوثات (ما عدا واحدة) [1] على أن يختار الزوج والأسرة عريس البنت ، لكنهن وضعن شرط موافقة البنت كشرط أساسى لأنها صاحبة الشأن . كذلك أكدت سبع مبحوثات على ضرورة أن يساعد الرجل المرأة فى أعمال المنزل ولكن فى الأعمال الخفيفة فقط .

كما أشارت ست مبحوثات من العشرة على ضرورة أن تعمل المرأة ، بل أن خمسة منهن أكدن على ضرورة عمل المرأة حتى لو لم تكن هناك حاجة إقتصادية لذلك .

ثانياً : إلى أى مدى أثر عامل " التعليم " فى تنمية المرأة فى القرية :

اشتملت دراسات الحالة ثلاثة مستويات تعليمية : ثلاث مبحوثات حاصلات على شهادات جامعية (تعليم عالى) ، أربع مبحوثات حاصلات على الإعدادية وواحدة حاصلة على شهادة محو الأمية (تعليم دون المتوسط) ، ثلاث مبحوثات أميات . وسيتم رصد الإرتباط بين متغير التعليم والمحاور الآتية :

---

[1] -الحالة " رئيسة " وهى حاصلة على شهادة محو الأمية وتعمل الآن خياطة وتدرب الفتيات على ذلك عند الراهبات .

١- المحور الثقافي والإعلامي :

أ- أوضحت دراسة الحالة عدم وجود إرتباط بين مستوى التعليم وبين المداومة على قراءة الصحف ، حيث لا تداوم على قراءة الصحف سوى مبحوثة واحدة من الحاصلات على تعليم جامعي ، وواحدة من الحاصلات على تعليم أقل من المتوسط .

ب- أثبتت الدراسة أن هناك إرتباط بين متغير التعليم وبين مدى إستفادة المبحوثات ذوات التعليم العالي من برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون خاصة فيما يتعلق بتربية الأبناء والأزياء والتطريز ومشاكل المرأة في العمل ، بينما أشارت إثنتان (من بين أربعة) من ذوات التعليم أقل من المتوسط إلى أنهما قد شكل إستفادتنا من برامج المرأة . ولم تستفد سوى مبحوثة واحدة من الأميات من برامج المرأة .

من الواضح أن التعليم يوسع مدارك المرأة الريفية ويجعلها أكثر تفهماً لقضاياها . كما أن من الواضح أيضاً أن برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون معدة بصورة تجعل متابعتها أيسر كلما إرتفع المستوى التعليمي للمرأة التي تتعرض لهذه الوسائل الإعلامية خاصة فيما يتعلق بقضايا المرأة والأسرة التي توجه بالأساس للمرأة الحضرية وهذا تؤكده الدراسة التحليلية للخدمات الإذاعية والتليفزيونية لقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري [١] . فلقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن المرأة الريفية ، والفلاحة تحديداً ، لا تمثل سوى ٠,٣٢٪ [٢] من الجمهور الذي تستهدفه البرامج الإذاعية التي تتعرض لقضايا المرأة المصرية والأسرة . لذا فمن المهم تطوير المستوى التعليمي للمرأة الريفية حتى تتمكن من إستيعاب الأساليب الحديثة في معالجة قضاياها الأسرية ، خاصة تربية الأبناء ، لكن هناك ضرورة أيضاً لتعديل صياغة ومحتوى برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون بحيث يسهل إستيعابها من قبل المراة الريفية البسيطة الأمية أو ذات المستوى التعليمي المتدني .

يلاحظ أيضاً أن الإهتمام بالموضوعات التقليدية للمرأة (الأزياء) يزداد بإرتفاع المستوى التعليمي للمبحوثات ، فالفلاحة الريفية الأمية ، أو ذات المستوى التعليمي المتدني ، لا تبدي إهتماماً بالبرامج التي تركز على الأزياء وأدوات التجميل ، بينما تبدي المرأة المتعلمة ، وبوجه عام خاصة التي تعمل خارج المنزل إهتماما أكبر بتلك القضايا ، لذا تهتم بمتابعة برامج المرأة المختصة بهذا الجانب .

---

(١) – د. جيهان يسري ، مصدر سبق ذكره .

(٢) – نفس المصدر ، ص٢٦ .

٢- المشاركة السياسية :

أ- إرتبط إرتفاع مستوى التعليم بإرتفاع مستوى الوعى بالحياة السياسية . فقد أكدت إثنتان من المبحوثات ذوات التعليم العالى أنهن يعرفن إنتخابات رئاسة الجمهورية ومجلس الشعب والمجلس المحلى . كذلك أشارت جميع المبحوثات إلى معرفتهن بالحزب الوطنى وحزب العمل والوفد والأحرار والتجمع . أما المبحوثات ذوات التعليم الأقل من المتوسط فقد عرفت ثلاثة منهن إنتخابات رئاسة الجمهورية ، وإثنتان عرفتا إنتخابات مجلس الشعب ومجلس الشورى والمجلس المحلى . كما عرفت جميع المبحوثات حزب العمل فقط ، ولم تعرف سوى إثنتان الحزب الوطنى وإثنتان حزب التجمع وواحدة الحزب الناصرى .

أما على مستوى المبحوثات الأميات فأشارت نتائج الدراسة إلى أن أثنين من الأميات يعرفن إنتخابات الرئاسة ، منهن واحدة تعرف إنتخابات مجلس الشعب أيضاً. بينما هناك إثنتان لاتعرفان شيئاً عن الأحزاب فى مصر فى حين واحدة الحزب الوطنى والوفد والعمل والتجمع.

ب- أثر " عامل التعليم " كذلك فى إتجاهات رأى المبحوثات فى العاملين بالسياسة . فقد أكدت إثنتان من المبحوثات الجامعيات أنهن لو توفرت لهن فرصة إختيار مرشحين فى الإنتخابات فسوف تنتخبان المرشح الأصلح بغض النظر عن كونه من القرية أم لا ، بينما أكدت واحدة فقط من المبحوثات ذوات التعليم أقل من المتوسط أنها سوف تختار المرشح الأصلح ، ورأت الأخرى أنها سوف تنتخب مرشح القرية بينما لم تجب المبحوثات الأخريات على السؤال . ويزداد الإبتعاد عن تفضيل الأصلح وسط الأميات ، حيث أقرت مبحوثتان من الأميات أن إختيارهما سوف يكون لإبن البلد ولم تجب الثالثة على السؤال ، أى أن التحيز لأهل القرية يزداد عند الأميات .

جـ- على الرغم من أن إحدى المبحوثات الجامعيات لديها بطاقة إنتخابية إلا أنها لا تشارك فى الإنتخابات لإحساسها بعدم جدواها ، وهناك مبحوثة أخرى لديها بطاقة إنتخابية إلا أنها لم تشارك فى الإنتخابات بعد ، أما الأميات فلا تشاركن فى الإنتخابات وليس لديهن بطاقة إنتخابية .

٣- الوعى بقضايا الأسرة والمجتمع :

إنعكس مستوى التعليم بشكل كبير على الوعى بقضايا الأسرة والقرية والمجتمع ، فقد ركزت المتعلمات على قضايا لها طابع عام . فيما يتعلق بمشكلات الأسرة ذكرت الجامعيات الغلاء

كمشكلة كبرى تواجه أسرهن وأسر الآخرين . كما ذكرت إثنتان من المبحوثات ، الحاصلات على تعليم أقل من المتوسط مشكلة البطالة كمشكلة تواجه أسرهما وأسر أخرى . هذا بينما حددت الأميات المشاكل فى إرتفاع الأسعار وتوفير مبلغ لترميم البيت وتربية الأبناء ورأت المبحوثات الجامعيات أن مشاكل مصر تتركز فى الأمية والبطالة والإرهاب ، وأن المسئول عن هذه المشاكل هو الحكومة والشعب . ورأت المبحوثات ذوات التعليم الأقل من المتوسط أن مشاكل مصر تتركز فى الغلاء والمسئول عن ذلك هو الحكومة . أما الأميات فقد أشرن إلى أن مشاكل مصر هى الإرهاب والمسئول عنها الشباب المتهور . وبذلك تؤكد نتائج الدراسة إرتباط متغير التعليم بوعى المرأة الريفية بالمشكلات التى تحيط بها .

٤ – رأى المبحوثات فى بعض القيم والعادات الإجتماعية :

أ– لم تكشف نتائج الدراسة عن أثر للتعليم فى تباين آراء المبحوثات فى القيم الإجتماعية السائدة فى القرية سوى فيما يتعلق بإختيار البنت لعريسها . ففى حين أكدت جميع المبحوثات الجامعيات على ضرورة أن تختار البنت عريسها بنفسها ، رأت إثنتان من المبحوثات الحاصلات على تعليم أقل من المتوسط ضرورة أن تختار البنت عريسها بنفسها بشرط موافقة الأسرة أما المبحوثات الأميات فقد رأت إحداهن أن إختيار البنت لعريسها عيب ، ورأت أخرى ضرورة موافقة الاسرة ، بينما تحفظت الأخيرة مع إقرارها بإمكانية ذلك .

ب– إرتبط متغير التعليم إرتباطاً إيجابياً مطرداً مع إحترام قيمة العمل ، فأكدت جميع المبحوثات الجامعيات على ضرورة أن تعمل المرأة بغض النظر عن إمكانيات الزوج الإقتصادية ، بينما رأت ثلاثة من المبحوثات الحاصلات على تعليم أقل من المتوسط ضرورة عمل المرأة ، بينما لم تر سوى مبحوثة واحدة من الأميات أن العمل ضرورة للمرأة .

٥– حجم وطبيعة عمل المرأة :

ظهر الإرتباط بين متغير التعليم وبين عمل المرأة فقط وسط المبحوثات الجامعيات حيث أن جميعهن يعملن خارج المنزل ويساهمن فى دخل الأسرة ويتعرضن لمشاكل المواصلات والعمل بينما تدخل العامل الإقتصادى وبرز أكثر من عامل التعليم كدافع لعمل المرأة بالنسبة لبقية المبحوثات ، حيث تبين أن إثنين من الأميات يعملن ، واحدة منهن تعمل خارج المنزل ، بينما تعمل إثنتان من الحاصلات على تعليم أقل من المتوسط داخل المنزل ولا تعمل بقية المبحوثات .

٦- مكانة المرأة والإناث داخل الأسرة :

لم يتضح من الدراسة وجود إرتباط بين التعليم ومكانة المرأة داخل الأسرة سوى فى أن الزوج يأخذ رأى الزوجة الجامعية فى الأمور المتعلقة بالعمل . أما القرارات الخاصة بالأسرة (تعليم الأولاد - البيع والشراء ... إلخ) فلم يتضح وجود إرتباط بين مشاركة المرأة فيها وبين مستوى تعليمها فالمتعلمات وبعض الأميات أجبن لهن رأى فى القرارات الخاصة بالأسرة.

٧- البعد الإجتماعى للأسرة : مستوى التعليم عند الوالدين وأثره على تعليم البنات:

إتضح من الدراسة أن تعليم الأم يشكل عاملاً هاماً ومؤثراً فى تعليم البنات فى القرية ، حيث أن إثنتين من الحاصلات على تعليم جامعى أمهاتهما متعلمات بينما الثالثة والدها فقط هو المتعلم أما فى حالة المبحوثات الحاصلات على تعليم أقل من المتوسط فإن ثلاثة منهن آبائهن متعلمين وواحدة فقط أمها متعلمة ، فى حين أن أحد آباء الأميات متعلم وجميع أمهات الأميات أميات . إن تلك النتيجة تعطى مؤشراً على أن تعليم الأم له الأثر الأكبر فى تعليم البنات خاصة فى المرحلة الجامعية ، وأن عدم إحساس الأم غير المتعلمة بأهمية التعليم يسهم فى أمية الفتاة فى الصعيد (خاصة فى الجيل القديم الذى لم يتعرض لوسائل الإعلام الحديثة) .

ثالثاً : إلى أى مدى أثر عنصر " العمل" فى تنمية المرأة فى القرية :

إشتملت دراسات الحالة ثلاثة مستويات للعمل ، خمس مبحوثات يعملن خارج المنزل ، إثنتان داخل المنزل فى تربية الدواجن ، ثلاث لا يعملن على الإطلاق . وقد أفادت نتائج الدراسة فى إقامة علاقة إرتباط بين العمل والمحاور الآتية :

١- المحور الثقافى والإعلامى :

أ- أوضحت النتائج أنه لا يوجد إرتباط بين خروج المرأة للعمل وبين المداومة على قراءة الصحف ، حيث لا تداوم على قراءة الصحف سوى مبحوثة واحدة من النساء اللاتى تعملن خارج المنزل ومبحوثة من اللاتى تعملن داخل المنزل فى تربية الدواجن ، وإن كانت الأخيرة لم تذكر شيئاً حول الجريدة المفضلة لديها أو الكتاب والصحفيين الذين تقرأ لهم وإكتفت بالطالبة بتخصيص صفحة للمرأة فى الصحف المصرية (إلا أن هذه الصفحة موجودة بالفعل مما يشير إلى أن المبحوثة لا تداوم على قراءة الصحف ، أو تهتم بموضوعات محددة لا تنتبه لغيرها فى الصحف التى تقراها) .

ب- تنطبق نفس الملاحظة على وسائل الإعلام الأخرى (الإذاعة والتليفزيون) حيث لم تثبت النتائج وجود أى إرتباط بين خروج المرأة للعمل وبين متابعتها لمواد الإعلامية الإذاعية والتليفزيونية . فجميع المبحوثات تتابعن الراديو والتليفزيون ، وإن سجلت الدراسة نسبة مرتفعة من النساء اللاتى يعملن خارج المنزل بأنهن يتابعن برامج المرأة فى الإذاعة ، وأشارت إحداهن إلى إنها قد إستفادت من هذه البرامج فى الأزياء والتطريز والخياطة وتربية الأبناء ، بينما أكدت أربعة من هؤلاء المبحوثات أن برامج المرأة لا تعبر عنهن وبالتالى لم يستفدن منها ، وطالبن بإعداد برامج تعبر عن المرأة الريفية .

إن إعتراض بعض المبحوثات على برامج المرأة بإعتبارها لا تعبر عن المرأة الريفية يتفق وما توصلت إليه الدراسة التحليلية للخدمات الإذاعية والتليفزيونية التى أنجزها قسم الصحافة كجزء من بحث شامل تمثل فيه دراسة قرية الزرابى جزءاً ميدانياً ، فالدراسة التحليلية قد أكدت ضعف الإهتمام بقضايا المرأة الريفية بشكل ملحوظ فى البرامج المقدمة من الشبكة الرئيسية [١] ، حيث شكلت نسبة الإهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية والتنمية ٨,٤٢٪ فقط من إجمالى الإهتمام بقضايا التنمية و ١,٨٢٪ من حجم الإهتمام بقضايا المرأة والأسرة رغم أن المرأة الريفية تشكل ٥٦٪ من إجمالى عدد النساء فى مصر ومن ثم كان المتوقع أن يتناسب الإهتمام بقضاياها ويتلاءم ونسبة وجودها فى المجتمع . ولا يقتصر ذلك التجاهل على الشبكة الرئيسية بالإذاعة وإنما تشير نتائج الدراسة التحليلية للخدمات الإذاعية والتليفزيونية أيضاً إلى أن إذاعة القاهرة الكبرى هى الأخرى لم تتناول أية قضية تتعلق بالمرأة الريفية خلال فترة التحليل رغم غلبة سكان الريف [٢] . أما فيما يتعلق بالمادة الإعلامية التى يقدمها التليفزيون فقد أشارت نتائج الدراسة المذكورة إلى أن الموضوعات الخاصة بالتنمية التى تتعرض للمرأة الريفية قد إحتلت الترتيب الثانى من حيث حجم إهتمام قنوات التليفزيون بقطاعات المرأة المصرية ، بنسبة ٢٣,٨٦٪ فى القناة الأولى ، و ٢٣,١٥٪ فى القناة الثانية ، ولم يظهر إهتمام بالمرأة الريفية وقضاياها فى القناة الثالثة .

إن نتائج دراسات الحالة تعكس رفض قطاع من المبحوثات للتجاهل الذى تبديه الإذاعة والتليفزيون للمرأة الريفية ، وإن كان هناك رأى مختلف عبرت عنه إحدى المبحوثات اللاتى يقمن بعمل منزلى حيث أكدت أنها تتابع برامج المرأة أحياناً وأن هذه البرامج تعبر عنها وتحقق لها بعض الإفادة .

---

(١) - د. جيهان يسرى ، مصدر سبق ذكره ، ص١٣ .
(٢) - د. جيهان يسرى ، مصدر سبق ذكره ، ص١٣ .

جـ- ترتيباً على النتائج السابقة فقد ثبت أن عنصر العمل لم يؤثر على دوام متابعة المبحوثات للأعمال الدرامية في الإذاعة والتليفزيون حيث أكدت جميع المبحوثات على متابعتهن للمسلسلات وتفضيلهن للأفلام القديمة .

٣- المشاركة السياسية :

أ- أكدت نتائج دراسات الحالة وجود إرتباط قوى بين خروج المرأة للعمل والدراية بالحياة السياسية حيث أكدت أربع مبحوثات من اللاتى يعملن خارج المنزل معرفتهن بإنتخابات رئاسة الجمهورية ومجلس الشعب والمجلس المحلى ، وكذلك معرفتهن بالأحزاب السياسية الرئيسية في مصر (الوطني - العمل - الوفد - الأحرار - التجمع) ، في حين جاءت إجابات اللاتى تعملن داخل المنزل لتشير إلى معرفة أدنى نسبياً بالحياة السياسية ، حيث أجابت إحداهن أنها تعرف إنتخابات رئاسة الجمهورية ومجلس الشعب ، أما الأخرى فلا تعرف سوى إنتخابات رئاسة الجمهورية فقط ، وأما المبحوثات اللاتى لا يعملن على الإطلاق فكانت منهن واحدة تعرف إنتخابات الرئاسة ، وواحدة تعرف إنتخابات مجلس الشعب والشورى ، وواحدة لا تعرف أى شئ عن هذه الإنتخابات .

ب- أكدت دراسات الحالة أن عنصر العمل ، رغم تأثيره على مستوى الوعي بالحياة السياسية ، إلا أنه لا يؤثر بقدر كبير في المشاركة السياسية ، حيث أجابت ثلاث مبحوثات بأنهن ليس لديهن بطاقة إنتخابية ، وواحدة لديها بطاقة لكنها لا تصوت في الإنتخابات لعدم إقتناعها بجدواها ، وأجابت أخرى بأنها تمتلك بطاقة إنتخابية لكنها لم تصوت بعد في الإنتخابات ، وقد كانت تلك المواقف غير مرتبطة بعمل المرأة سواء داخل المنزل أو خارجه .

٤- مصادر دخل الأسرة :

أ- أثر متغير عمل المرأة بشكل ملحوظ في مصادر دخل الأسرة ، فأربعة مبحوثات من الخمسة اللاتى يعملن خارج المنزل يعد دخلهن مصدراً أساسياً من مصادر دخل الأسرة ، بينما كان دخل المبحوثات اللاتى يقمن بتربية الدواجن مصدراً ثانوياً لدخل أسرهن .

ب- أكدت الدراسة وجود إرتباط بين عمل المرأة وبين دورها في تحديد أوجه الإنفاق في الأسرة فقد أكدت جميع النساء العاملات أن لهن دوراً في تحديد أوجه الإنفاق في الأسرة ، بينما أكدت إحدى المبحوثات اللاتى لا يعملن أن دورها في تحديد أوجه الإنفاق في الأسرة يقتصر على المأكل والمشرب فقط ، وأكدت المبحوثتان الأخرتان أن ليس لهما دوراً على

الإطلاق . كذلك أثر متغير العمل فى إرتفاع مستوى مشاركة المبحوثات المتزوجات العاملات فى عملية إتخاذ القرار داخل الأسرة حيث أكدن أن أزواجهن يأخذون برأيهن فى تعليم الأبناء والبيع والشراء ومشكلات الأسرة . بينما أكدت المبحوثات اللاتى لا يعملن أن الزوج هو صاحب القرار الوحيد فى البيع والشراء وتعليم الأبناء .

الإقتراحات والتوصيات :

أولاً : على الجانب الإعلامى :

١- ضرورة تخصيص مساحات فى صفحات المرأة فى الصحف لعرض مشاكل المرأة الريفية وإبراز أنشطتها وما تقوم به من أعمال سواء خارج المنزل أو داخله .

٢- زيادة البرامج والفقرات الخاصة بالمرأة مع التركيز على المرأة الريفية فى جميع شرائحها وفئاتها فى الإذاعة والتليفزيون .

٣- التركيز على برامج محو الأمية خاصة فى الإذاعات والقنوات التليفزيونية الإقليمية لأنها تلبى حاجة أساسية للمرأة الصعيدية وتتناسب مع الظروف التى تقيد حريتها فى الخروج من المنزل للإنتظام فى البرامج التى قد تعدها المؤسسات الموجودة بالقرية .

٤- إعداد الموضوعات الصحفية والبرامج التى تخاطب المرأة الصعيدية ، والريفية بوجه عام ، بلغة واضحة وتتناسب مع بيئتها وتسهم فى رفع وعيها فى مجالات الصحة وتربية الأبناء والمشاركة السياسية والإجتماعية .

ثانياً : على الجانب الإجتماعى :

١- استمرار التأكيد على ضرورة رفع سن زواج الفتيات فى الريف .

٢- الإهتمام بالتعليم بشكل عام وتعليم الإناث على وجه الخصوص .

٣- تشجيع المرأة على الخروج للتعليم والعمل والمشاركة فى النشاطات الإجتماعية والسياسية .

٤-الإهتمام بدور الجمعيات الأهلية وزيادة فاعلية الأحزاب السياسية خاصة فى الريف.

٥- العمل على زيادة حجم وطبيعة مشاركة المرأة الريفية فى الحياة السياسية والإقتصادية .

الفصل الرابع ..

قرية كمشيش

نتائج الحالة فى قرية كمشيش

أولا : البيانات الأساسية الخاصة بالحالات المدروسة

أجريت الدراسة على عشرة سيدات جاءت بياناتهن على النحو التالى :

السـن :

تتراوح أعمار السيدات المبحوثات بين ٥٠ سنة و٢٥ سنة ويأتى بينهما الأعمار الأتية : ٤٧ سنة و ٤٠ سنة و٣٢ سنة و ٣١ سنة . ومن ثم فإن الحالات المبحوثة روعى فى إختيارها أن تمثل النساء فى سن الشباب والنضج .

التعليم :

أثبتت الدراسة الاستطلاعية أن نسبة الأمية فى قرية كمشيش تبلغ ٥٠,٥٪ من جملة السكان وتزيد بين الإناث عنها بين الذكور . وقد روعى ذلك عند إختيار الحالات المدروسة فجاءت خمسة حالات من بين العشرة أميات بنسبة ٥٠٪ أما المتعلمات منهم ثلاثة حاصلات على دبلومات متوسطة (دبلوم تجارة ودبلوم معلمات ودبلوم تمريض) واثنين حاصلات على مؤهلات جامعية بكالوريوس تجارة وبكالوريوس علوم وتربية .

العمل :

بلغت نسبة السيدات العاملات بين الحالات المدروسة ٩٠٪ والمرأة فى كمشيش بصفة عامة لها دور مهم فى الأنشطة الاقتصادية داخل القرية خاصة فى الزراعة والتجارة مثل تجارة الطيور والبيض ومنتجات الألبان والخضراوات كما أن بعض أفراد العينة يعملن فى مهام مختلفة هى (مدرسة إبتدائى أعمال إدارية فى مدرسة إبتدائية ، العمل فى محل إكسسوار للسيارات ملكا للزوج مدرسة رياضيات ومدرسة بالمدرسة الثانويه التجارية) وباستثناء حالة واحدة فإن كافة أفراد العينة تمارس أعمالا خارج المنزل .

الحالة الاجتماعية :

تم اختيار ٩ حالات متزوجات وحالة واحدة غير متزوجه (حاصله على مؤهل عالى) وتراوحت سنوات الزواج بين ٣٣ سنة و ٨ سنوات .

عدد مرات الحمل والإنجاب :

تراوحت عدد مرات الحمل والانجاب بين ١٠ مرات ومرتين فقط ويأتى بينهما ٨ مرات و٦ مرات و٤ مرات و٣ مرات وإن كان يلاحظ تساوى عدد مرات الحمل مع عدد الأولاد بين النساء والشابات والمتزوجات حديثا نسبيا وذلك بالمقارنة بالنساء الأكبر سنا والمتزوجات من فترة طويلة مما يعطى دلاله واضحة عن ازدياد الوعى الصحى والخدمات الصحية المتاحة الآن .

عدد الأبناء :

بلغت نسبة من يزيد أولادهن عن ٣ أبناء ٤٤,٤٪ بين أفراد العينة فى حين لم تزد نسبة من لديهن ثلاثة أبناء عن ٤٤,٤٪ ووصلت نسبة من لديهم ١١,٢٪ وهو ما يعكس ويتفق فى الوقت نفسه مع نتائج الدراسة الاستطلاعية من حيث ارتفاع معدل الإنجاب فى قرية كمشيش بصفة عامة .

الأفراد المقيمين مع الأسرة :

يلاحظ أن معظم الحالات (سبعه حالات) تقيم مع الزوج والأولاد فقط بينما تقيم أم الزوج مع الحالتان الأخرتان فى مسكن واحد وتقيم المبحوثه التى لم يسبق لها الزواج مع أسرتها

بيانات خاصة بالأسرة المعيشية :

الحالة الأولى : الزوج ٣٩ سنة حاصل على بكالوريوس زراعة ويعمل مهندسا زراعيا ويمتلك ١/٤ فدان الزوجة حاصلة على دبلوم تجارة وتعمل فى مدرسة ابتدائية . لديهما ٤ أبناء تتراوح أعمارهم بين ١٢ سنة و ٣ سنوات وجميع الأولاد فى سن التعليم .

الحالة الثانية : الزوج ٣٥ سنة حاصل على دبلوم معلمين ويعمل مدرسا فى مدرسة ابتدائية ويمتلك ١/٤ فدان . الزوجة حاصلة على بلوام معلمات وتعمل مدرسة ، لديها بنت ٦ سنوات فى التعليم الابتدائى وولد ٥ سنوات لم يدخل المدرسة بعد .

الحالة الثالثة : الزوج ٤١ سنة حاصل على شهادة الابتدائية ويعمل فلاح فى الأرض إلى يمتلكها (٣ قراريط) . الزوجة أمية عمرها ٤٧ سنة وتعمل بالزراعة فى الأرض التى تمتلكها الأسرة . لديها ٥ بنات جمعيهن باستثناء الصغرى فى مراحل التعليم المختلفة . تعيش معهم والدة الزوج (٧٠ سنة ، أمية ، أرملة ، لا تعمل) .

الحالة الرابعة : الزوج : ٣٧ سنة أمى يعمل عامل زراعى بالأجرة ولا يمتلك أرضا زراعية . الزوجة أمية تعمل فلاحة بالأجر لديها ٤ بنات وولد تتراوح أعمارهم بين ١٦ سنة و٨ سنوات ثلاث بنات أميات يعملن فى طحن الذرة والزراعة أما البنت الرابعة والولد فهما فى مرحلة التعليم الأساسى .

الحالة الخامسة : الزوج ٣٦ سنة حاصل على الشهادة الابتدائية يعمل فى الأردن ولا توجد ملكية زراعية . الزوجة أمية حارسة منزل وتزرع لحسابها الأرض الموجودة حوله . لديهم بنتين وولد تتراوح أعمارهم بين ١١ سنة وستتين . البنت الكبيرة فى المدرسة أما الأبناء الأصغر منهم دون السن القانونى لدخول المدارس .

الحالة السادسة : الزوج ٤٩ سنة حاصل على شهادة محو الأمية ، يعمل سائقا على سيارة بيجو يمتلكها كما أن لديه محل لبيع قطع غيار السيارات وذلك من عمله فى إحدى البلاد العربية الزوجة دبلوم معهد تمريض ، تعمل فى محل الزوج ، لديها ثلاثة أبناء جميعهم فى مرحلة التعليم الابتدائى والحضانة .

الحالة السابعة : الزوج ٤٠ سنة حاصل على شهادة الابتدائية كان يعمل عاملا فى صيدناوى ثم طلب إحالته إلى المعاش ولديه فدانين أرض زراعية ، الزوجة أمية تزرع فى أرض الزوج لديهم ٤ أبناء ، جمعيهم فى مراحل التعليم المختلفة .

الحالة الثامنة : الزوج ٥٠ سنة أميا ، كان يعمل ترزيا للرجال ، لديه فدان أرض زراعية ، الزوجة أمية ولا تعمل أنجبا ٥ أبناء جمعيهم متعلمين وحاصلين على شهادات عالية أو متوسطة . إلا أنه يلاحظ أن لديها ثلاث بنات متزوجات ولا يعملن رغم حصول الأولى على ليسانس آداب والأخرتان على دبلوم متوسط . أما الأبناء الذكور فأحدهما حاصل على مؤهل جامعى ولكنه يعمل عتالا فى الأردن والآخر حاصل على دبلوم متوسط ولا يعمل . وهو ما يعكس بشكل واضح حجم مشكلة البطالة فى قرية كمشيش .

الحالة التاسعة : الزوج يعمل رئيس قسم التحقيقات وحاصل مؤهل عالى(بكالوريوس تجارة) أما الزوجة فحاصلة على بكالوريوس تجارة ولديهما ثلاثة أبناء فى مراحل التعليم الابتدائى والاعدادى . تعمل الزوجة مدرسة مواد تجارية فى المدرسة التجارية الثانوية .

الحالة العاشرة : غير متزوجه وتقيم مع أسرتها والدها مهندس زراعى وحاصل على بكالوريوس علوم وتربية وتعمل مدرسة رياضيات .

حالة المسكن :

الحالة الأولى : تأثرت حالة المسكن بالوضع المالى للأسرة حيث أن الزوج والزوجة يعملان فضلا عن مكلية الأسرة لربع فدان أرض زراعية . ومن ثم نجد أن الأسرة تعيش فى منزل مبنى بالطوب الأحمر والمسلح . يتكون من غرفتين وصالة وقد تم بناءه عام ١٩٨٠ من ريع الأرض وراتب الزوجين . ويحتوى المنزل على معظم السلع المعمرة والمشتراه نقدا وهى التليفزيون والراديو والغسالة والثلاجة والبوتاجاز كما تمتلك مروحة تم شرائها بالتقسيط .

الحالة الثانية : المنزل مبنى من الطوب الأحمر والسقف المسلح ويتألف من غرفتين وتم بناءه عام ١٩٨٠ من ريع الأرض الزراعية وبمساعدة أخو الزوج . أما السلع المعمرة الموجودة بالمنزل والمشتراه نقدا فهى راديو وغسالة وثلاجة وبوتاجاز ويلاحظ عدم وجود تليفزيون .

الحالة الثالثة : المنزل مكون من دور واحد نصفه بالطوب الأحمر والنصف الآخر من الطين ويتكون من حجرتين كبيرتين إحداهما للأسرة والثانية للمواشى . وقد تم بناءه من خلال ميراث الزوجة يوجد فى المنزل عدد من السلع المعمرة هى الغسالة والبوتاجاز والراديو وتليفزيون (أبيض وأسود) وكلها مشتراه نقدا .

الحالة الرابعة : المنزل مبنى من الطوب الأحمر والأسمنت وأن كان السقف من عروق الخشب . وتم بناءه عام ١٩٩٠ ويتكون المنزل من ثلاث حجرات وبه تليفزيون وغسالة مشتراه نقدا وتسجيل هدية .

الحالة الخامسة : المنزل مبنى من الطوب الأحمر والطين والسقف عروق خشب وطين ويتألف من غرفتين وصالة تم إنشاءه عام ١٩٨٥ من عمل الزوج فى الأردن ويوجد تليفزيون وراديو وخلاط وماكينة خياطة مشترين نقدا وغسالة مشتراه بالتقسيط .

الحالة السادسة : المنزل مبنى من الطوب الأحمر من دور واحد وكمون من ثلاث غرف وتم بناءه عام ١٩٨٤ من خلال عمل الزوج فى إحدى البلدان العربية ويتضح ارتفاع مستوى دخل الأسرة حيث تتوفر بالمنزل كافة السلع المعمرة من تليفزيون ملون ، ثلاجة ، غاسلة ، سخان ، مكنسة كهربائية فرن كهربائى ، راديو ، مروحة ، وكلها مشتراه نقدا ، كما يوجد تليفون داخل المنزل .

الحالة السابعة : المنزل مبنى من الطين ويتألف من طـابقين يضمـا ٤ حجـرات ، وقد إنشاءه عام ١٩٨٥ من خلال ريع الأرض الزراعية وبيـع المواشـى ويوجد بـالمنزل عـدد مـن الأدوات الكهربائية مثل الثلاجة ، الغسالة ، البوتاجاز ، المروحة ، التسجيل والتليفزيون وكلهـا مشتراه بالتقسيط .

الحالة الثامنة : المنزل مبنـى مـن الطـوب والطيـن مـن دور واحـد ويتـألف مـن أربعـة حجرات وقد بنى المنزل من إيراد الأرض المؤجرة ومساعدة الإبـن الـذى يعمـل فـى الأردن . ويوجد عدة سلع معمرة منها الثلاجة والتليفزيون والراديو والتليفون وكلها مشتراه نقدا .

تحليل البيانات الخاصة بالأسرة المعيشية وحالة المسكن :

يلاحظ أن جميع الحالات باستثناء حالة واحدة قد حرص على تعليم أولادهن يتساوى فى ذلك مع البنين . كما اتضح أن هذا الحرص لا يرتبط بمـا إذا كـانت الأم متعلمـة أم أميـة . فقد حرصت الأميات على تعليم أولادهن مثل المتعلمـات . كمـا لوحـظ أيضـا عـدم ارتبـاط الإقبـال على تعليم الأولاد بدرجة تعليم الأب . حيث أنه فى بعض الحالات كان الأب أميـا إلا إن بناتـه قد حصلن على شهادات عليا ومتوسطة كما أكدت الدراسة ما توصلت إليه الدراسة ما توصلت إليه الدراسة الاستطلاعية فى أنه لا يوجد ارتباط بين نسبة التعليم ومستواه وبين حجم الأسرة . إلا أنه من الملاحظ وجود ارتباط بين المسـتوى الاقتصـادى للأسرة وبيـن حـرص الأم الأميـة على تعليم أولادها خاصة البنـات فكلمـا كـان مستوى داخل الأسرة مرتفعا كلمـا كـانت أكثر إهتماما على تعليم الأبناء بعض النظر عن أمية الأب أو الأم .

* كشفت الدراسة أن العامل الأساسى فى ارتفاع المستوى الاقتصـادى للأسرة يرجع إلى عمل الأب أو الإبن فى إحدى البلاد العربية وقد ظهر هذا واضحا فى حالة المسكن وما به مـن أدوات معمرة (حالة رقم ٥ ، ٦ ، ٨) .

كما أن إمتلاك الأسرة لأرض زراعية يوفر لها مستوى مادى معقـول بالمقارنـة بالأسـر الأخرى التى لا تمتلك حيازة خاصة (حالات رقم ١ ، ٢ ، ٧ ، ٨) .

كما يتضح أهتمام الأسرة الريفية بحيازة الأجهزة المعمـرة التى كـانت قلمـا تتواجد فـى الريف مثل المكنسة والبوتاجاز والخلاط وغيرها ويعطى ذلك مؤشـر إلـى الحـالات المدروسـة فى معظمها من ذوات المستوى المادى المتوسط ولا توجد أسر معدمة بينها .

ثالثا : الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية للحالات المدروسة :

العلاقات الاجتماعية فى الأسرة :

* العلاقة بين الزوج والزوجة :

أكدت كافة الحالات المدروسة أن العلاقة بينها وبين زوجها يسودها الاحترام والتفاهم المتبادل والتشاور المستمر وانه لا توجد أى صورة من صور القهر والاستغلال تمارس ضد الزوجة وقد عبرت بعض الحالات عن ذلك بالعبارات الأتية :

(جوزى إنسان طيب ومسالم ومتفاهم بيحترمنى وموكل لى مسئولية البيت والأولاد كاملة ولا يسألنى عن شئ ولا عن فلوس)

و (أنا زى زيه فى البيت والغيط)

ويتفق هذا مع نتائج الدراسة الاستطلاعية التى أكدت تمتع المرأة بدور كبير داخل الأسرة فكل القرارات التى تتخذ تتم بمعرفتها ومواقفها .

العلاقة بالأبناء :

أبرزت الدراسة أن مسئولية تربية الأولاد وتعليمهم تترك فى الغالب للمرأة (الأم) سواء المتعلمة أو الأمية وذلك نتيجة لغياب الأب فترات طويلة خارج المنزل سواء للعمل فى إحدى الدول البترولية أو داخل القرية ، مما يجعله يضع كل ثقته فى زوجته ويترك لها إتخاذ القرارات فى هذا الشأن وفى هذا الصدد قالت إحدى الحالات (أنا المسئولة عن كل شئ يخص الأولاد وهو يادوب بيشوفهم)

اشارت المبحوثات إلى أن علاقتهن وأزواجهن بالأبناء يسودها الحب الشديد والحنان والتضحية من أجل تعليمهم وتوفير أفضل سبل الحياة لهم .

ومن الملاحظ أيضا أن جميع الحالات المدروسة قد أكدت على عدم وجود أى تميز فى المعاملة بين الأولاد والبنات ، فالبنات لهن كافة الحقوق التى للأولاد خاصة الحق فى التعليم ، بل أشارة بعض المبحوثات إلى أن أزواجهن يفضلن البنات لأنهن أكثر حنانا وعطفا على أهلهن كما أن البنت الآن تتعلم وتعمل وتساعد الأسرة . وقد عبرت إحداهن عن ذلك قائلة (أنا عندى خمسة بنات جوزى بيحبهم قوى زى عينه ومش زعلان 'إنه ماخلفش أولاد) كما اتضح أن كثير من الآباء والأمهات يكن أكثر حزما وتشددا فى معاملة الولد وقد عللت احداهن على ذلك (علشان ما يتفردوش على البنات) .

العلاقة بالأهل :

تتم في الغالب في إطار من الود والزيارات والمجاملات خاصة في المناسبات الاجتماعية والمواسم والأعياد إلا أنه يلاحظ في حالة سفر الزوج تقلل الزوجة من تبادل الزيارات مع عائلته .

العلاقة بالمؤسسات الموجودة في القرية :

أبرزت الدراسة قصور شديد في معظم المؤسسات الموجودة داخل القرية مما يجعل الإقبال والاستفادة منها من جانب النساء محدودا خاصة الوحدة الصحية وما يتبعها من وحدة تنظيم الأسرة فقد أشارت بعض الحالات إلى أن الوحدة الصحية تخلو من الأطباء في الغالب وفي حالة وجود طبيب لا يهتم سوى بالقادرين على دفع قيمة الكشف الخاص مع إضطرارهم في كل الأوقات إلى شراء الدواء من خارج الوحدة . أما الذين لا يملكون قيمة الكشف فإن الطبيب يعاملهم بمنتهى الإهمال ولا يعنى بالفحص الدقيق أو إعطاء أى وقت للمريض . ومن ثم فإنهم يضطرون إلى التعامل مع الطبيب في عيادته الخاصة حيث يجدن العناية والرعاية الكاملة . ومن ثم فإن أهمية الوحدة الصحية لدى المبحوثة تنحصر فقط في تطعيم أولادهن كما لوحظ أن عدد من المبحوثات يتعاملن مباشرة مع الصيدلية في شراء حبوب منع الحمل أو مع الطبيب الخاص عند رغبتهن في استخدام إحدى وسائل تنظيم الأسرة .

أما بالنسبة لفصول محو الأمية فعلى الرغم من تواجدها داخل المدرسة الابتدائية في القرية ومعرفة كافة الحالات بوجود مثل هذه الفصول إلا أن جميع السيدات الأميات في العينة أكدت أنهن لا يرغبن في الالتحاق بها .

ويلاحظ أيضا عدم وجود أنشطة للجمعيات الأهلية داخل القرية وعدم وعى معظم الحالات بالمقصود بالجمعيات الأهلية وطبيعة أنشطتها وتؤكد ذلك أن أثنين من المتعلمات ضمن الحالات المدروسة أشارت إلى مشغل لتع ليم التفصيل ودار حضانة تابعين لوزارة الشئون الاجتماعية باعتبارهما نشاطا أهليا .

أما الجمعية الزراعية والتى يقتصر الاستفادة منها على الحالات التى تعمل في الزراعة أو تمتلك أرضا زراعية . فقد لوحظ أن مجال الاستفادة من هذه الجمعية أصبح محدودا بدرجة كبيرة وقد عللت المبحوثات ذلك بأن كل شئ يباع فيها نقدا وبنفس سعر الشراء من خارجها . كما أنها لم تعد تقدم تيسيرات للفلاح كما كان يحدث سابقا بأن تمده بالسماد والكيماوى مع تأجيل دفع أثمانها إلى ما بعد بيع المحصول . ومن ثم فإن الجمعية الزراعية قد فقدت أهميتها بالنسبة لهن .

أكدت معظم المبحوثات (٦ حالات) عدم وجود بنك القرية بينما أشارت حالتان إلى أنه فى حالة احتياجها إلى نقود يضطرا إلى الإلتجاء للبنك وأخذ قرض يرد بفائدة كبيرة .

أشارت كافة المبحوثات إلى أن أزواجهن لا يمانعوا فى أن يستفدن من هذه المؤسسات ، خاصة الوحدة الصحية وفصول محو الأمية وتنظيم الأسرة ، وفى هذا الصدد قالت إحدى المبحوثات (زوجى يشجعني أروح فصول محو الأمية لأنه مثقف ولكن أنا مش برضى أروح)

وتعطى هذه النتائج دلالات هامة عن مدى التدهور فى المؤسسات الحكومية وغياب الأنشطة الأهلية فى القرية بماله من انعكاسات سلبية على الأسرة بصفة عامة وعلى المرأة بوجه الخصوص مما يستدعى تطوير عمل هذه المؤسسات لما يخدم الأهداف التى أنشئت من أجلها ، كما يستدعى توعية المرأة الريفية وإلمامها بأنشطة هذه المؤسسات وأوجه الاستفادة التى يمكن أن تعود عليها من التعمل معها .

مكانة الزوجة والبنات داخل الأسرة :

أشارت ٦ حالات أن لديهن مطلق الحرية فى تحديد أوجه الانفاق داخل الأسرة ذلك أنهن المسئولات عن شراء احتياجات الأسرة وصاحبات الرأى فى كيفية ونوعية الانفاق . لم تختلف الحالتان الأخرتان سوى فى إضافة عبارة (بعد التشاور مع الزوج) يرجع إلى أن المرأة الريفية فى قرية كمشيش لديها دخل الخاص من عملها فى الزراعة أو فى التجارة – مذلك بنسبة ٣٥٪ كما ثبتت الدراسة الاستطلاعية – مما يساعدها على حرية التصرف .

* اتفقت كافة الحالات باستثناء واحدة على لهن حرية الخروج للقيام بالزيارات أو المشاركة فى المناسبات الاجتماعية المختلفة وأن كان هذا يتم بعد موافقة الزوج أو على الأقل إخباره بالمكان الذى تتوجه إليه الزوجة . أما الحالة المستثناه فقد أشارت إلى أنها تتمتع بحريتها الكاملة وتستطيع أن تذهب إلى أى مكان دون إخبار الزوج أو إذنه (يلاحظ أن هذه السيدة ليست من أبناء القرية حيث بدأت علاقتها بالقرية بعد زواجها وانتقالها من القاهرة إلى موطن الزوج ، مما جعلها أكثر تأثرا بتقاليد المدينة) .

* إختلفت آراء المبحوثات حول وضع البنات فى الأسرة والفروق بين الأبنة المتعلمة وغير المتعلمة . فقد أشارت (حالتين) إلى أن البنت المتعلمة يكون لها رأى داخل الأسرة ، كما أنها أكثر استقلالية فى ملابسها وخروجها أو فى زواجها عن البنت غير المتعلمة وغيرها. أما من منطلق أن حب الاثنين واحد والمعاملة واحد ووضعها فى الأسرة ليس فيه تفضيل أو من منطلق أن البنت ليس لها أى وضع فى الأسرة سواء كانت متعلمة أم لا (البنت لا تتدخل فى أى شأن لا يخصها ، والبنت بتتعلم فقط ولكن لا تتدخل فى اللى مالهاش فيه سواء متعلمة

أم غير متعلمة ، البنت المتعلمة مثل غيرها والمعاملة واحدة ، فكل واحدة لا تزيد عن مجرد كونها بنت عادية) واتفقت المبحوثات فى أهمية وضرورة تعليم الفتاة وإن إختلفن حول نوعية التعليم وأى مرحلة ينتهى عندما . وبصفة عامة طالبت غالبين المبحوثات أن تحصل الفتاة على شهادة جامعية ، وعللن ذلك بأن التعليم يساعد الفتاة على الرقى والتقديم ويوفر ضمان لها فى المستقبل .

ويلاحظ أن ثلاثة من بين هذه الحالات من السيدات الأميات وأن بناتهن بالفعل فى المراحل التعليمية المختلفة . واحدهن لديها إبنة حاصلة على ليسانس ودبلوم فى التربية بما يعنى وجود وعى حقيقى بضرورة تعليم البنات بين الأميات . أما باقى الحالات فقد أشارت حالتان منهما أن تظل الفتاة تتعلم حتى تتزوج من منطلق (أن بيت العل أهم حتى لو كان التعليم مهم) .

أما الحالة الأخيرة فترى أن تكتفى الفتاة بالتعليم المتوسط :

* أكدت معظم الحالات أن البنت مثل الولد (٩ حالات) ولا يوجد أى فرق بينهما ورفضن المثل القائل " لما قالوا بنية اتهدت الحيطية عليا وقد أرجعن ذلك لعدة أسباب منها :

أن هذا المثل لا يتفق مع الدين لأن كل شئ بإرادة الله وأن البنت والولد نعمة من الله ، والبنات الآن تتفوق على الأولاد فى التعليم وتساعد أهلها وتعتنى بهم فى شيخوختهم أكثر من الولد ووصفوا هذا المثل بأنه متخلف ومتعصب .

أما الحالة الأخيرة فقد أقرت بأن المثل يعبر عن واقع لأن البنت : مكسورة الجناح ، ومن الجدير بالملاحظة أن هذه المبحوثة أمية وأنها أنجبت أربعة بنات ثم ولد .

* أشارت معظم سيدات العينة أن لديهن حرية فى إتخاذ قرارات التعليم وتربية الأولاد وفى المصروف اليومى للمنزل أما فيما يختص زوج الأبناء وعمل البنات يتخذ فيها القرارات تتخذ فى إطار التشاور بين الزوج والزوجة .

* اتفقت جميع الحالات المدروسة فى أن الزوج يأخذ رأيها فى مشاكل الأسرة ويعملا على حلها سويا .. أما مشاكل عمل الزوج وخلافاته مع أصدقائه فقد اختلفت الحالات بشأنها . فأشارت نسبة ٤٤,٤٪ منهن إلى أن الزوج لا يطلعهن على ما يخص عمله أو علاقته بأصدقائه فى حين ذكر النصف الآخر أن الزوج يحكى لزوجته عن كل ما يقابله فى عمله ويستمع إلى آرائها . وفى هذا الصدد قالت إحدى المبحوثات : " أيوه لأنه ممكن يجد أن رأى أفضل من رأيه علشان فارق التعليم ، فيعمل برأى على طول " (*)

(*) المبحوثة حاصلة على دبلوم تمريض فى حين أن زوجها حاصل على شهادة محو الأمية .

أبرزت غالبية المبحوثات (٧حالات) أن زوجها لا يساعدها فى شراء مستلزمات المنزل أو فى الأعمال المنزلية . أما الحالتان الأخرتان فيتمتعان بمساعدة الزوج وذلك لأن(العيال كتير وهمهم كبير) أو لأن (جوزى طبعه متعاون) .

وتعطى هذه النتائج مؤشرات عن مكانة المرأة الريفية داخل الأسرة وقدرتها على حرية التصرف واتخاذ القرارات ، كما أن عمل المرأة سواء فى الزراعة أو التجارة قد أتاح لها دخلا ساعد على تدعيم وضعها بالنسبة للزوج والأولاد ... كما يلاحظ أن هناك أسر ريفية تعتمد اعتمادا كليا على المرأة وتسير وفقا لقراراتها خاصة بسبب غياب الزوج أو انشغاله ... كما تعطى هذه النتائج مؤشرات عن ثقة الرجل الريفى فى حكمة زوجته وقدرتها على التصرف ، كما توضح أنه على الرغم من ذلك مازال الرجل الريفى يرفض مساعدة المرأة فى بعض مهامها التقليدية رغم ما تتمتع به من حرية داخل الأسرة إلا أنها وبإرادتها الكاملة تحتفظ للزوج بمكانته كقائد راع للأسرة .

الاتجاه نحو عمل المرأة ودور الرجل

١ - " الست مالهاش غير بيتها ومش مفروض تشغيل "

على الرغم من أن ٨٧,٥٪ من الحالات المدروسة سيدات عاملات سواء فى الزراعة أو التجارة أو مهنة التدريس إلا أن الدراسة أثبت أن الاتجاه نحو عمل المرأة سلبى . ومن ثم فإن سبع حالات من بين الحالات الثمانية قد وافقن على العبارة السابقة فى حين لم يعترض عليها سوى ثلاثة حالات وأرجعن ذلك إلى (أن المفروض الست تشتغل علشان تساعد بيتها وأولادها وجوزها وتحس أنها حرة وماحدش بيصرف عليها) وهو ما يعنى ارتباط قيمة العمل لديهن بقيمة التحرر الاقتصادى والاجتماعى .

٢ - " البنت لازم تتجوز لما يجيلها عريس كويس ولو كانت بتتعلم "

اتضح من إجابات المبحوثات أن هناك صراعا يدور فى عقل المرأة الريفية بين إحساسها بأهمية تعليم الفتاة وفى الوقت نفسه بين خوفها من أن يضيع التعليم فرصة زواج مناسب للفتاة ، وثم حاول البعض حل هذا الصراع من خلال تأييدهم للعبارة مع وضع تحفظات تتمثل فى ضرورة استكمال الفتاة (لأن الجواز أهم وبعدين التعليم) واعترضت خمسة رفضهن زواج الفتاة قبل الانتهاء من تعليمها .

٣ - " الست اللى بيتها مش محتاج فلوس لازم تقعد فى بيتها

وما تشتغلش " وتعكس هذه العبارة مرة أخرى ضعف الاتجاه نحو عمل المرأة واعتباره وسيلة للحصول على المادة فقط دون مراعاة للإعتبارات النفسية والاجتماعية المرتبطة بعمل

المرأة . ولذا نجد أن خمسة حالات قد وافقت على هذه العبارة وقد بررت إحداهن هذا الرأى (بأن هذه الست بتأخذ مكان واحدة أخرى محتاجة للعمل) وحتى المعترضات على العبارة كان اعتراضهن من منطلق أنه لا يوجد بيت لا يحتاج مزيد من النقود فى ظل الغلاء المتزايد .

٤ - " الرجالة مش مفروض يساعدوا فى شغل البيت ولو الست بتشتغل "

أجمعت كافة الحالات على رفضهن لهذه العبارة على أساس ضرورة معاونة الزوج لزوجته فى أعباءها المنزلية خاصة فى حالى عملها خارج المنزل .

٥ - " البنت لازم تتحجب "

اختلفت اتجاهات الحالات المدروسة نحو هذه العبارة ، فاعترضت عليها إحدى الحالات فى حين وافقت عليها حالتان على أسا أن شعر البنت عورة وأنها بالحجاب تكون أكثر إحتراما. أما باقى الحالات (وعددهن خمسة) فكن أكثر معقولية عندما ذكرن أن هذا الأمر يرجع إلى الفتاة لترى فيه ما يناسبها دون ضغط أو إكراه .

٦ - " الرجل لازم تكون كلمته مسموعة فى البيت أيا كان "

تعكس موافقة السيدات بالإجماع على هذه العبارة ما سبق أن ذكرناه من تمسك السيدات أنفسهم واحترامهن للصورة التقليدية للزوج الذى يجب طاعته فى كافة الحالات (لأنه الراجل ويفهم أكتر) .

٧ - " الست اللى عندها أولاد صغار مش مفروض تشتغل "

وافقت على هذه العبارة بدون تحفظات ثلاثة حالات أما السبعة الآخرون فقد رفضوا العبارة على علاقتها حيث اقترحت بعضهن أن تأخذ المرأة أجازة من عملها حتى يكبر الأطفال أو أن تحاول التوفيق بين العمل وتربية الأطفال الصغار .

٨ - " الست اللى بتصرف فى البيت لازم يبقى لها كلمة "

وافقت خمسة مبحوثات بشكل مطلق على هذه العبارة وعللت إحداهن ذلك " بأنه طالما الراجل خلى الست تصرف فى البيت لازم يكون لها كلمة ورأى " وتحفظت ثلاثة مبحوثات على ذلك وذكر أن إنفاق المرأة فى البيت لا يعنى التحكم والسيطرة وأن الأمر شورى بين الزوجين فى حين اعترضت على العبارة حالتان بحجة أن (الراجل راجل وكلمته هى الأساس) (لأن للست كلمة هتكون هى الرجل وهو الست)

٩ - *" الأب والأخوات الرجالة هم اللى يختاروا العريس للبنت "*

وافقت الحالات المدروسة باستثناء حاله واحده على هذه العبارة بحجج مختلفة هى أن (الرجالة تعرف أكتر فى مسألة الجواز) أو (لأن الأب عارف الناس كويس وعارف مصلحة بنته)

إلا أن سيدتين من بين الحالات رغم موافقتها على العبارة إلا فقد أكدتا على حق الابنت فى الموافقة أو فى الرفض (هى اللى هعيش معاه)

١٠ - *" الست المتجوزة لازم تتحجب "*

وافقت على هذه العبارة ٥ حالات فى حين تحفظت عليها ثلاثة على أساس أن ذلك إنما يرجع إلى إرادة المرأة ورغباتها .

* *" البنت لازم تتعلم وتشتغل بتعليمها وبعدين تفكر فى الجواز "*

(١) أكدت سته مبحوثات أن البنت يمكنها أن تتزوج ثم تكمل تعليمها بعد الزواج فى حين وافقت أربعة حالات على أن البنت يجب أن تتعلم ثم تتزوج ولا يشترط أن تنتظر بدون زوج حتى تعمل .

(٢) " الست لازم تستأذن جوزها فى حاجة "

مرة أخرى المبحوثات لتأكيد اتجاههن نحو سلطة الرجل فى المنزل فقد وافقت على هذه العبارة كافة السيدات دون استثناء مؤكدات على أن ذلك ما أمر الدين به ، كما أنه لا يتعارض مع الحريات الممنوحة لهن .

العائد الاقتصادى لعمل المرأة

أوضحت المبحوثات اللاتى يمارسن عملا يعود عليهن بفائدة مادية أن لهن مطلق الحرية فى التصرف فى الأموال التى يكسبونها وانهن لا يسلمن لازواجهن أو لأحد أفراد الأسرة أيا من هذه الأموال وأنما ينفقنها فى الغالب فى المنزل وبارادتهن واختيارهن الحر . كما أنهن فلى بعض الأحيان يشترين بعض الأشياء الشخصية التى يحتاجن إليها . وقد أكدت هؤلاء السيدات أن العمل أدى إلى زيادة احتاكهن بما يحديث خارج المنزل وأدى إلى اتساع مداركهن إليها واتاح لهن دخلا خاصا يعود بالنفع على الأسرة بأكملها .

ونفت النساء والعالاملات وجود مشكلات تعوقهن عن أداء عملهن خاصة وانهن يحاولن التوفق بين متطلبات المنزل وأوضاع العمل .

وقد أكدت جميع الحالات بلا استثناء أنه لا علاقة بين مكسنهن المادى ووضعهن فى الأسرة ، فسواء كن يعملن أو لا يعملن فإن العلاقة بينهن وبين الأوراج التفاهم والتشاور وأن الرأى النهائى فى أى أمر أو مشكلة للزوج .

ثالثا : الجوانب الإعلامية والثقافية

قراءة الصحف

أسفرت الدراسة الاستطلاعية عن تدنى نسبة قراءة الصحف فى قرية كمشيش ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها انتشار الأمية وعدم وجود منفذ لتوزيع وبيع الصحف فى القرية .

وقد أكدت دراسة الحالة هذه النتائج ، فالسيدات الأميات (خمسة حالات) لا يشترين مجلات أو جرائد أو كتب . وأرجعن ذل لأنهم لا يعرفن القراءة ، كما أن شراء الصحف يشكل عبء مادى لا يقدرن عليه . كما أن عدم وجود منفذ لبيع الصحف يمنع أولادهن المتعلمين من الحصول على الصحيفة بطريقة ميسرة . وقد أشارت إحدى هذه الحالات إن إبنتها باعتبارها عضو جماعة الإذاعة المدرسية تقرأ الصحيفة فى المدرسة وتقص عليها بعض الأخبار والحواداث المثيرة المنشورة فى الصحف .

وأرجعت إحدى الحالات عدم إهتمام أفراد الأسرة بشراء الصحف رغم أن أبنائها حاصلين على شهادات عالية ومتوسطة بأن الظروف المادية لا تسمح لهم بشراء جرائد ومجلات .

أما السيدات المتعلمات فقد تعامل كل منهن مع الصحف على النحو التالى :

الحالة الأولى : تقرأ جريدة الأخبار بشكل غير منتظم عندما تتواجد الصحيفة فى المدرسة التى تعمل بها . كما أن زوجها يشترى جريدة التعاون الزراعى وذلك لعمله فى الجمعية الزراعية وإن كانت هى وأولادها لا يفضلون قرادتها .

أما تفضيلها لجريدة الأخبار وذلك لأن الطابع الخبرى يغلب عليها بالمقارنة بجريدة الأهرام التى ترى أنها مليئة بالمقالات والتحليلات المقدة . فى حين أن الأخبار تهتم بالحوادث والأخبار الفنية التى تقبل على قراءتها . وأرجعت المبحوثة تفضيلها لقراءة الحوادث إلى (علشان الواحدة تعرف الدينا فيها إيه وتعطى مواعظ فى الحياة تساعدها فى التصرف فى المرقف الصعبة) . كما أشارت إلى أن حوادث قتل الأزواج والزوجات هى ماتهتم به فى

الحوادث التى تقرأها . أما عن نوعية الأخبار الفنية التى تفضلها فلا تخرج عن زواج الفنانين وطلاقهم والأفلام الجديدة .

وقد أكدت المبحوثات أن ةالمقالات التى تتناول موضوعات المرأة لا تعنى سوى بالمرأة الحضرية المثقفة المتعلمة تعليما عاليا المهتمة فقط بالأزياء والتجميل والحفلات وغيرها من أمور لا تهمها وفى الوقت نفسه تتجاهل المرأة الريفية وقضاياها . كما أن الصحف لا تعنى سوى " بالمشروعات " المرتبطة باسم زوجة رئيس الجمهورية مما يجعل المبحوثة لا تهتم بقراءة مثل هذه الموضوعات الموجهة للمرأة لأنها لا تستفيد منها شيئا :

الحالة الثانية : تتفق مع الحالة السابق فى شراءها لجريدة الأخبار بصورة غير منتظمة، كما تقرأ الصحيفة أحيانا فى المدرسة وأرجعت سبب تفضيلها للأخبار إلى أنها جريدة بسيطة غير معقدة مثل الأهرام وأن بها موضوعات شيقة مثل أخبار الفن والحوادث والرياضة وهو ما تفضل قراءته وترى أن قراءة الحوادث تجعلها تستفيد من تجارب الآخرين .

وأشارت المبحوثات إلى أنها تحكى لأطفالها قصص الأطفال الناجحين التى تنشر صورهم فى الأخبار حتى تشجيع أولادها على النجاح والاحتذاء بهم أما الموضوعات النتعلقة بالمرأة فهى تلاى أنها تركيز فقط على المرأة الرقية وأن كان هذا لا يمكنع أنها تستفيد فى بعض الأحيان من الموضضوعات التى تتناول مشاكل العلاقة بين الزوجين والأخرى المنية بكيفية الإهتمام بالأطفال .

الحالة الثالثة : لا تشترى جرائد أو مجلات أو كتب وقد بررت ذلك بعدم وجود وقت لديها للقراءة وارتفاع أثمانها . إن كنت اعتقد إن حجة ارتفاع سعر الصحيفة كمبرر لعدم شراءها لا تتناسب مع هذه الحالة ذلك لأن داخل الأسرة الشهرى يقترب من ٦٥٠ جنيها .

– وتعطى هذه النتائج دلالات هامة عن تأثير مجال عمل المرأة فى الإقبال على القراءة بين الحالات ، حيث أن الحالتين الأولى والثانية تعملان فى مدرسة بالقرية بما يتيحه هذا المجال الوظيفى من وجود زملاء وزميلات وتبادل للمعلومات والأخبار المنشورة فى الصحف مما يحفز على القراءة ومتابعة الجرائد .. ساعد على ذلك تواجد الصحف مجانا داخل المدرسة .

فى حين أن الحالة الثالثة والتى تعمل بائعة فى محل لقطع غيار السيارات لم تتوفر لها تلك الشروط التى تجعلها تقبل على القراءة .

يبرز تأثير متغير التعليم على قراءة الصحف بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على مؤهلات عليا فنجد أن الحالتين تحرصان بشكل مستمر على قـرأة الصحف خاصة جريدتى (الأخبار

والأهرام) وقراءة المجلات مثل نصف الدنيا كما أنها أكثر حرصا على قراءة الموضوعات الجادة فى الصحف مثل الأخبار المحلية والدولية والاعمدة الصحفية لعدد من الكتاب البارزين.

– يلاحظ أن جريدة الأخبار تأتى فى مقدمة الجرائد المفضلة وذلك على عكس ما أثبتته الدراسة الاستطلاعيى حيث احتلت الأهرام الترتب الأول . وربما يعود ذلك إلى تفضل الرجال الذين ضمتهم العينة الاستطلاعية الأهرام وعن الأخبار .. بينما تمل النساء للموضوعات الفنية. فى حين أن كافة الأخبار حيث أن المواد المفضل لديهن قراءتها هى الحوادث والموضوعات الجادة لا تجد إقبالا لديهن مما يعنى تدنى دور الصحافة بالنسبة للمرأة القروية فى التوعية السياسية والثقافية وكل ما يتعلق بالقضايا التنموية .

– أثبتت النتائج أن المرأة الريفية لا تهتم بما يقدم من موضوعات عن المرأة سواء فى الصفحات المتخصصة أو غيرها من صفحات الجرائد والمجلات وذلك لأن الصحافة لا تهتم بمشاكل وقضايا المرأة الريفية وإنما ينصب تركيزها على المرأة والحضرية ذات المستوى الثقافى والاجتماعى المرتفع .

مما ينعكس بشكل كبير على القدرات التأثيرية للصحافة فى تغيير واقع المرأة الريفية سواء الأمية أو المتعلمة ودمجها فى عملية التنمية .

الراديو و التليفزيون :

جميع الحلات المبحوثة يمتلكن أجهزة الراديو كما أنهن يستمعن إلى البرامج الإذاعية وأن اختلف وقت الاستماع ما بين الصباح وبعد العصر والمساء وإن كانت فترة الصباح تحوز نسبة استماع عالية .

ويمثل الاستماع إلى القرآن الكريم الهدف الأساسى من تشغيل أجهزة الراديو بما يتفق مع ما توصلت إليه الدراسة الاستطلاعية . ثم المسلسلات والأغانى .

* جاء برنامج إلى ربات البيوت كأفضل برانامج إذاعى بصفى عامة ثم برنامج " خمسة لصحتك " فى إذاعة الشرق الأوسط وذلك لما يتضمن من نصائح طبية ومناقشة الأمراض الخاصة بالأطفال وطرق الوقاية منها وعلاجها ثم برنامج على الناصية الذى تقدمه آمال فهمى فى إذاعة البرنامج العام . ويلاحظ أن نشرات الأخبار وغيرها من برامج ثقافية أو سياسية لا نجد لإقبالا مطلقا من المبحوثات ..

* كشفت الدراسة أن الفقرات الخاصة بالصحة فى برنامج ربات البيوت هى أكثر الموضوعات تفضيلا لدى السيدات ، حيث يقدم لهن التوعية الصحية ويساعدهن فى رعاية

أولادهن كما ينمى عادات النظافة وغيرها من عادات الصحة ويرشدهن إلى أهمية تطيع الأطفال وخطورة إهمال ذلك . فضلا عما أشار إليه البعض من أن هذا البرنامج يساعدهن على ما يجب أن تقوم عليه العلاقة بين المرأة وزوجها وبينها وبين الجيران .

* يلاحظ بأنه باستثناء برنامج إلى ربات البيوت فإن المبحوثات لا يستمعن إلى باقى البرامج الموجهة للمرأة ولا يعلمن موعد إذاعتها فى المحطات الإذاعية المختلفة ، واعتقد أن البرامج إلى ربات البيوت مسئولية كبيرة نحو تنمية المرأة الريفية كما يعنى مزيد من الإهتمام بالمرأة الريفية ومناقشة قضاياها المختلفة خاصة الأمية وتقديم النماذج الإيجابية للمرأة الريفية التى استطاعت أن تضيف إلى قريتها بالإضافة إلى تقديم كل ما من شأنه اشتراك المرأة الريفية فى عملية التنمية . وذلك تلبية واستجابة لمطالب المرأة الريفية كما ظهرت فى نتائج هذا البحث التى تطالب بتخصص برامج للمرأة الريفية يتم التنوية عن موعد إذاعتها بشكل مستمر ، وأن يختار لها موعدا يتناسب وطبيعة عمل المرأة الريفية .

* تمتلك تسعة مبحوثات أجهزة تليفزيون وأن كان معظمها أبيض وأسود واحتلت فترة المساء أبرز فترات المشاهدة بين الحالات ، ويرجع ذلك إلى أن غالبية أفراد العينة هن من العاملات خارج المنزل فضلا عن الأعباء الأسرية الملقاه على عاتقهن داخله ومن ثم لا تتوفر لهن فرص لمشاهدة التليفزيون إلا فى المساء .

* جاء الجيران والأقارب فى مقدمة مصادر المعلومات بالنسبة للمبحوثات وعللت المبحوثات ذلك بأن الجيران والأقارب يعيشون نفس الظروف ، وأن طبيعة المشكلات واحدة ، كما أنهن فى نفس المستوى مما يجعل رأيهن ومعلوماتهن أكثر صدقا وتصدقيا .

وقد أشارت مبحوثاتتات متعلمتان إلى أن وسائل الإعلام هى أفض وسيلة للحصول على المعلومات وذلك لأنها أسرع فى الوصول وتتواجد فى كل منزل وأن لم تغفلا أهمية الجيران والأقارب كمصادر هامة للمعلومات داخل القرية .

* كشفت الدراسة أن المسلسلات الدرامية وبرامج المنوعات هى أفضل المواد التليفزيونية لدى المبحوثات وبدون استثناء فالتليفزيون تقلصت وظيفته بالنسبة لهن لترتكز فقط على الجانب الترفيهى وقد يعود ذلك إلى الأحوال المعيشية الصعبة التى تتعرض لها المبحوثات وممارسة العمل الجاد داجل المنزل وخارجه فضلا عن خلو حياتهن من أى نوع من أنواع الترفية ، كل ذلك ساهم فى اعتبار التليفزيون الوسيلة الوحيدة للتسلية ، فلا نجد رغبة أو استعداد لمشاهدة نشرات الأخبار أو البرامج السياسية والثقافية المختلفة .

* وهذا يثير أمر هام يتعلق بتوظيف الدراما للقيام بعملية التةعية ودمج المرأة فى التنمية ، وذلك بأن يركز القائمين على إنتاج المسلسلات التليفريونية على أن تتضمن القيم

الاجتماعية التى ترفع من وعى المرأة الريفية ويسهم فى معالجة كثير من الأوضاع الفكرية والاجتماعية التى تعوق انطلاقتها نحو تحسين أحوالها المعيشية وتنميتها لتشارك فى تنمية مجتمعها .

* أكدت ٦ حالات انهن لا يشاهدن برامج المرأة فى التليفزيون وأرجعن ذلك إما بسبب ظروف عملهن أو بسبب أنها تتضمن فقرات لا تفيدهن ولا تتفق مع أوضاعهن الاقتصادية والاجتماعية . أما الحالات الثلاث الأخرى فقد عبرت عن رفضهن لبعض ما تتضمنه هذه البرامج التى تتعرض للديكور وأصول الاتيكيت وتقدم أنواع من الطعام لا تتلائم مع عاداتهم الغذائية أو غالية الثمن . ومن ثم فمنهن يشاهدن هذه البرامج من أجل التسلية (والفرجة) ولكن بدون استفادة حقيقية .

* ترى معظم المبحوثات أن المسلسلات التليفزيونية تبرز مشاكل الناس وطريقة حلها . وأشار البعض إلى انهن يتعلمن من هذه المشاكل ويستفدن منها عندما يواجهن مواقف مشابهة .

* اتفقت كافة المبحوثات على أن الإعلانات التليفزيونية مملة ومضيعة للوقت وغير مفيدة وذلك لأنها تؤثر تأثيرا خطيرا فى الأطفال فهم يقلدون كلمات وحركات الممثلين ويطالبوا أسرهم بشراء السلع المعلن عنها سواء كانوا فى حاجة إليها أم لا ... كما أن هذه الإعلانات تزيد احساس الطفل بعجز أسرته عن تلبية مطالبه التى يتمتع بها غيره من الأطفال ... ووصف أحد السيدات أن أطفالها فى طريقهم إلى الجنون من الإعلانات عن السلع المخصصة للأطفال ... إلا أن بعض المبحوثات أشدن باعلانات التوعية الموجهه للمرأة والطفل ، مثل إعلانات وزارة الصحة عن موعد التطعيمات تنظيم الأسرة والانات البلهارسيا .

* باستثناء حالتين لا يشاهدن الأفلام التى تعرض فى التليفزيون اتفقت المبحوثات على تفضيل الأفلام القديمة ويرجع ذلك إلى أن هذه الأفلام تتميز بالأدب والحياء ولا يوجد بها ألفاظ أو مشاهدة خارجة تحرج أفراد الأسرة وتثير فضول الأبناء .

* جاءت أمينة رزق مقدمة الممثلات المفضلة لدى المبحوثات وارجعن ذلك إلى قدراتها التمثيلية الرائعة واحتشامها وتمسكها بالفضيلة . إلا أنه من الغريب أن تأتى أم كلثوم كممثلة لتنافس أمينة رزق فى إختيارات الحالات المدروسة . وجاءت أسماء فريد الأطرش ونجاة لتنضم إلى قائمة الممثلين لدى المبحوثات ثم فريد شوقى ومديحة يسرى وعماد حمدى وعمر الشريف . ومن الفنانين المعاصرين نور الشريف وكرية مختار ووجدى العربى وأشرف عبد الغفور وعزت العلايلى وفاروق الفشاوى ومحمود عبد العزيز واحمد عبد العزيز وآثار الحكيم وسمية الألفى فى مقدمة الفنانين المفضلين .

* جاء مسلسل ذئاب الجبل فى مقدمة المسلسلات التيفزيونية لدى المبحوثات وذلك لأنه يعبر عن بعض المشكلات المثارة فى المجتمع الريفى ومسلسل العائلة الذى كشف خطورة الإرهاب ومسلسل برج الأكابر الذى أكد على ضرورة تمسك الإنسان بمبادئه وعدم الضعف أمام المادة .

* اتفقت المبحوثات على أن الأفلام والمسلسلات التى تعرض فى التيفزيون تعبر عن المرأة الريفية بشكل مقبول خاصة فى أزياءها وطريقة حديثها وبما يتعلق بمسئولياتها عن أسرتها ولما تتضمنه هذه الأفلام من نقد للأساليب الخاطئة السائدة فى الريف المصرى ومحاولة إصلاحها .

التعرف على بعض القيم الثقافية :

قيمة الانجاب : اتفقت جميع الحالات على أن الانجاب قيمة عظيمة تؤكد مكانة المرأة لدى زوجها ووسيلة لضمان استمرار حياتها الزوجية فضلا عن أن الانجاب يمثل الفائدة الرئيسة للمرأة وبدونه تصبح المرأة لا نفع لها ولا جدوى . واتفقت المتلمات وغير المتعلمات فى اعتبار الأبناء عزوة وأن أشارت المتعلمات إلى ضرورة تنظيم الأسرة لتوفير الرعاية اللازمة للأولاد.

قيمة المشاركة وتقلد المرأة للمناصب العليا والوصول إلى منصب عمدة :

اتفقت جميع الحالات المدروسة أن الجماعية أفضل لأن فيها تعاون وحب للآخرين ومساعدة للغير .

قيمة الحرية :

ركزت الحالات المدروسة على حرية المرأة والتى يجب أن تقف عند حدود معينة لا تتخطاها ، وأن اتجاهاتهم إيجابية نحو قيمة الحرية التى نظر إليها بإعتبارها مرادفة للأمن والأمان والاحساس بالكرامة والمسئولية .

قيمة الديمقراطية :

اختلف مفهوم هذه القيمة بين المتعلمات وغيرهن ، فرأت المتعلمات أن الديمقراطية قيمة كبيرة تعنى أن يكون لكل فرد رأيه الذى يعبر عنه بحرية وربطهن بينها وبين الانتخابات . أما غير المتعلمات فقد ربطن بين الديمقراطية وبين الحرية وعدم الظلم . فضلاً عن حالتين أجابا بأنهما لا يعرفا شيئا عن الديمقراطية .

قيمة العمل :

أكدت معظم الحالات على أهمية العمل وإن كان يلاحظ أن المتعلمات نظرن إلى العمل بإعتباره وسيلة لتحقيق الذات والشعور بالمسئولية فى حين أن غير المتعلمات اعتبرن العمل هو وسيلة لتسحين أوضاع الحياة المعيشية فى جانبها المادى فقط ، وربطت إحدى الحالات بين العمل و الاحتياج المادى .

قيمة الصبر :

اتفقت كافة الحالات على اعتبار الصبر قيمة عظمى ، يستطيع المرء من خلالها أن يحقق ما يتمناه (الصبر مفتاح الفرج) كما أنه يعنى الرضابالمقسوم والارتياح له .

قيمة التعليم :

أكدت المبحوثات المتعلمات أن التعليم يعنى الوعى والتنوير وعلو مكانة الفرد وتميزه عن الآخرين .

الممارسات الثقافية :

يلاحظ أن الاتجاه الغالب لدى الطبيب الخاص أو فى الوحدة الصحية وأن الالتجاء للوصفات الشعبية غير سائد سوى فى بعض الحالات البسيطة مثل الكحة (إلى التليو أو ورق الجوفة وشربة) و وضع لبخة طماطم على الدمامل ، وأن كان يلاحظ أن الممارسة الشعبية تزيد لدى السيدات الراغبات فى الحمل فى حالة تأخر الانجاب ومنها (المرور اسفل جثة أو النزول إلى القبور) كما تستخدم الوصفات البلدية فى حالة انزال الحمل زمنها (إلى قشر البصل ثم تناولة) .

المشاركة السياسية :

كشف الدراسة فى حالة إظلال تام فى الوعى السياسى لدى المبحوثات خاص بين الأميات والحاصلات على مؤهلات متوسطة ، دليل على ذلك أن جميعهم قد فشلن فى معرفة الأحزاب الموجودة فى مصر ، بل ذكرت إحدى الحاصلات على دبلوم متوسط أنه يوجد فى مصر أحزاب (الشورى والمعارضة) وربطت مثلها مثل باقى العينة بين الأحزاب وبين الإرهاب فالأحزاب بالنسبة لها هى (الإرهاب ةالحاجات اللى بيعملوها الشباب بتوع الجماعات

وبيموتو بيها الناس) . أما الحاصلات على مؤهلات عالية فكن أكثر معرفة بالاحزاب الموجوده على الساحة المصرية .

وأعتقد أن هذه النتيجة الخطيرة تعبر بشكل واضح عن تقاعس وسائل الإعلام وغيرها من وسائل التربية والتثقيف في التوعية السايسية للمواطنين البسطاء والذين يمثلون غالبية الشعب المصرى كما تعنى عدم تواجد الأحزاب على الساحة المصرية خاصة فى القرى ، مما يسمح بتواجد القوة غير الشرعية أيا كانت إنتماءاتها الأيديولوجية ليقوم بالدور المفترض أن تقوم به الأحزاب السياسية على أختلاف توجهاتها .

وبالطبع فإن كافة الحالات لا يوجد لديهن بطاقة انتخابية ولا يشاركن فى الانتخابات وأن كن يسمعن أن فيه انتخابات (سواء رئاسة الجمهورية أو مجلس الشعب ... وغيرها) .

– الوعى بقضايا المجتمع – الأسرة – الفرد .

– أكدت (خمسة حالات) من المتحدثات أن مشكلة الفقر أو (قلة النقود) هى المشكلة الأولى التى تواجه الأسرة وأضافت حالتان ضيق المسكن إلى جانب قلة النقود كمشكلة تواجه أسرتها . فى حين ذكرت إحدى الحالات أن بطاله أولادها الحاصلين على شهادات عالية تمثل مشكلة تؤرق أسرتها . وذكرت حالة أخرى أن الخلافات المادية بين زوجها وشقيقه وهى مشكلة أسرتها . أما الحالة الأخيرة فقد أشارت إلى عدم وجود مشكلات على الإطلاق .

– جاءت مشكلات الفقر والغلاء والبطالة والصرف الصحى كأبرز المشكلات التى تعانى منها أسر القرية من وجهة نظر المبحوثات . ورأين أن حل هذه المشكلة يتأتى عن طريق الحكومة .

– أما عن المشكلات التى تواجه مصر فجاءت الإجابات على النحو التالى :

الإرهاب (ثلاث حالات) ، الفقر والبطالة (ثلاث حالات) زيادة النسل (حالة) البوسنة وفلسطين (حالة) فى حين ذكرت حالتان أنهما لا يعلمان شيئاً عن مشكلات مصر .

أما المسئول عن حلها من وجهة نظر المبحوثات فجاءت على النحو التالى :

الإرهـــــــاب : تعاون المواطنين مع الحكومة .

الفقرة والبطالة : ليس لها حل ، والهجرة إلى خارج البلاد .

زيادة النسل : رؤساء الدول

- وهكذا يتضح احساس المواطنة القروية بأبرز مشكلات مصر وهى الأزمة الاقتصادية والبطالة والإرهاب كما يلاحظ ارتباط مشاكلهن الأسرية بمشاكل المجتمع المصرى ككل .

المشروعات التى تحتاجها المرأة فى القرية :

اقترحت المبحوثات عدة لمساعدة المرأة القروية وهى مشغل لتعليم الفتيات الخياطة الأشغال اليدوية ، مركز الأسرة ، والتوسع فى مشاريع محو الأمية ، مشروعات لتربية الدواجن والأرنب .

مقترحات المبحوثات فى التغطية الإعلامية لموضوعات المرأة الريفية :

أشارت المبحوثات إلى أهمية تخصيص برامج الريفيفة فى الراديو والتلفيزيون على أن تكون فى مواعيد تناسب المرأة الريفية وطبيعة عملها ومسئولياتها ..

واقتراحات المبحوثات عدة موضوعات يجب أن توضع على الأجندة إعلامية الموجهة للمرأة الريفية سواء فى الصحف أو فى الراديو والتليفزيون ومن بينها :

- الدعوة إلى رفع سن الزواج بالنسبة لفتاة من ١٦ إلى ٢٠ عاماً .
- التوعية بمخاطر زواج الأقارب وما ينتج عنه من مشكلات صحية للأبناء .
- توعية المرأة العاملة بحقوقها وواجباتها .
- توعية المرأة العاملة بقوانين الأحوال الشخصية .
- الدعوة إلى تنظيم الأسرة والإشادة بالأسرة الصغيرة .
- الاهتمام بموضوعات التوعية الصحية وطرق الوقاية من الأمراض .
- الدعوة إلى تعليم المرأة الريفية ومحو أميتها .

الفصل الخامس..

حى مصر القديمة

نتائج الحالة فى مصر القديمة

مـقـدمـة :

بإنتهاء عقد المرأة الدولى (١٩٧٦ -١٩٨٥) الذى أقرته الأمم المتحدة ، تعاظم الإهتمام بقضايا المرأة فى مختلف أنحاء العالم ، وإنكب الدارسون والباحثون لإعداد الدراسات حول أوضاع المرأة ودورها ، وفى إطار هذا الإهتمام صدرت العديد من التشريعات فى الكثير من بلدان العالم لتحسين أوضاع المرأة كإستجابة لنداءات الأمم المتحدة ، وبزغ منذ التاريخ داخل الحقل المعرفى للعلوم الإجتماعية فى إهتمامها بقضية المرأة ما عرف بقضية تمكين المرأة Women Empowerment أى ضرورة مشاركة المرأة بفاعلية فى أى سياسة تنموية طموحة .

ومن هذه الزوايا يحاول هذا التقرير التعرف على أوضاع المرأة فى القطاع الحضرى بأحد أحياء القاهرة من خلال دراسة ميدانية لعينة من نساء الحى ، وغنى عن البيان ذكر أن أهمية هذا الموضوع تأتى من أن القطاع الحضرى قد نال إهتمام ملحوظ منذ ما يقرب من نصف قرن بفضل السياسات التنوية القائم تبينها خلال تلك الفترة ، وضمن هذا السياق يظل التساؤل المطروح إلى أى مدى عكست التحولات والتغييرات فى البنية الإجتماعية الحضرية نفسها على أوضاع المرأة بالقطاع الحضرى ، وهى مهمة يحاول هذا التقرير مناقشتها والإضطلاع بها .

منهجية الدراسة وعينتها المختارة

كما سبق القول فإن التقرير الحالى يسعى إلى كشف واقع المرأة على المستويات المتعددة الإجتماعية والإقتصادية والثقافية والسياسية من خلال دراسة ميدانية تعددت أدواتها المنهجية عبر مراحل الدراسة ، حيث تم فى البداية إعداد ملف للمعلومات بالحى للخروج بإطار عام يحكم خصوصيته والسمات المميزة له . حيث تم وصف الحى أثنوجرافيا للكشف عن خصوصيته ومدى تشابك علاقاته الإجتماعية . وتلى ذلك إجراء دراسة إستطلاعية واسعة شملت ٢٢٥ حالة وزعت حسب المستويات الإجتماعية والإقتصادية بالحى وإستخدمت أداة الإستبيان لإبراز الجوانب الكمية لأبعاد الظاهرة . وفى محاولة للخروج ببعض الفرضيات النظرية والمنهجية التى توجه الدراسة فى مرحلتها الأخيرة ، وأخيراً تم استخدام منهج دراسة الحالة بما يحويه من عمق وإثراء لابعاد الظاهرة المختلفة .

وتمحورت القضايا التى دار حولها الدليل حول النقاط التالية :

١- البيانات الخاصة بالأسرة المعيشية (كوحدة للتحليل) .

٢- الخلفية الإجتماعية لتكوين الأسرة المعيشية .

٣- بيانات خاصة بالعلاقات الإجتماعية فى الأسرة .

٤- مكانة الزوجة والبنات داخل الأسرة .

٥- الجانب القيمى نحو عمل المرأة ودور الرجل .

٦- طبيعة عمل المرأة وحجمه .

٧- الكشف عن أبعاد الجانب الإعلامى والثقافى .

٨- المشاركة السياسية للمرأة الحضارية .

٩- الوعى بقضايا الفرد ، الأسرة ، المجتمع .

وإذا ما حاول الباحث التعرض لمنهجية هذه الدراسة ، فيمكن القول أن هذه المرحلة من البحث شملت ثمان أسر معيشية تم إختيارها وفق محددات ومؤشرات صاغها فريق العمل المركزى وفى إطار مناقشة مستفيضة ، بحيث يمكن الوصول فى النهاية إلى التمثيل الأصدق للمستوى الإجتماعى والإقتصادى للواقع المعاشى بالحى .

وتمثلت تلك المحددات فى :

١- المستوى الإجتماعى والإقتصادى .

٢- المستوى التعليمى .

٣- الحالة العلمية .

٤- متغير الأجيال .

٥- متغير الحالة الزوجية .

وقد صاغ فريق العمل العديد من المؤشرات الفرعية داخل دليل العمل الميدانى للاستدلال على طبيعة المستوى الإجتماعى الإقتصادى كالدخل ومصادره ، والمهنة ، ونوعية الأثاث وإمتلاك الأجهزة المعمرة .

وقد أتى إختيار عينة الدراسة وفق مؤشراتها السابق الحديث عنها على النحو التالى :

الحالات المدروسة	السن	الحالة الزوجية	الحالة التعليمية	الحالة المهنية	المستوى الإجتماعى الاقتصادى	ملاحظات
الحالة ١	٦٠	متزوجة	أمية	لا تعمل	مندنى	
الحالة ٢	٤٠	متزوجة	أمية	تعمل	متدنى	
الحالة ٣	٤٣	أرملة	مؤهل متوسط	تعمل	متوسط	
الحالة ٤	٤٥	أرملة	أمية	تعمل	متدنى	
الحالة ٥	٢٣	آنسة	مؤهل جامعى	تعمل	متوسط	ضمن الأسرة المعنية
الحالة ٦	٣٠	متزوجة	مؤهل فوق	تعمل	فوق متوسط	
الحالة ٧	٢٤	آنسة	متوسط	لا تعمل	متدنى	
الحالة ٨	٥٥	متزوجة	أمية	تعمل	متدنى	

ولعل الاستنتاج البالغ الدلالة بهذا الجدول هو مدى العلاقة التبادلية بين متغير التعليم والمستوى الإجتماعى الإقتصادى حيث أن الحالات الثلاثة المتوسطة وفوق المتوسطة نجد أنها تلقت تعليماً متوسطاً أو جامعياً ، أيضاً تلك العلاقة التشابكية بين التعليم والعمل ، حيث أن الحالات الثلاث التى تلقت تعليماً فى مراحله المختلفة نجدها ترتبط بأعمال تختلف نوعيتها حسب درجة التعليم .

وسوف نحاول فى عجالة إلقاء الضوء على خصائص العينة فى إطار الكشف عن الأوضاع الإجتماعية والإقتصادية والثقافية للمرأة بالقطاع الحضرى فى حى مصر القديمة .

١- عدد أفراد الأسرة ومتوسط الأسرة :

الحالة١	الحالة٢	الحالة٣	الحالة٤	الحالة٥	الحالة٦	الحالة٧	الحالة	المجموع
٣	٩	٧	٨	٧	٤	٤	٤	٤٤

وبهذا يكون متوسط عدد أفراد الأسرة ٥,٥ فرد :

وضمن هذه الأسر توجد أسرتان تعولان إما والدة الزوج أو الزوجة ، ويلاحظ أنه لا توجد أسرة ممتدة كتلك الأسر التقليدية المعروفة فى الريف المصرى. وربما يكون أحد نتائج التحديث الذى عرفه هذا القطاع الحضرى متمثلاً فى إنتشار الأسرة البدوية ولهذه القضية أبعاد تأتى ضمن تناول دور المرأة ومكانتها داخل الأسرة المعيشية ولا شك أن القضية الأساسية التى يكشف عنها نمط الأسرة المعيشية بعيداً عن تدخل الإطار البنائى الأكبر متمثلاً فى والد الزوج أو والدة الزوج .

٢- العلاقة بين السن وعدد سنوات الزواج وعدد مرات الحمل والتعليم :

الحالات	السن	عدد سنوات الزواج	عدد مرات الحمل	التعليم
١	٦٠	٤٣	٦	أمية
٢	٤٠	٢٠	٦	أمية
٣	٤٣	٢٣	٧	متوسط
٤	٤٥	١٢	٦	أمية
٥	٢٢	-	-	جامعية
٦	٣٠	٢	٢	فوق متوسط
٧	٢٤	-	-	متوسط
٨	٦٠	٣٨	٥	أمية

إن أحد الحالات الواضحة هى تلك العلاقة بين سن المرأة وعدد سنوات الزواج وعدد مرات الحمل ، حيث نجد أن معظم النساء من تجاوزن سنوات الزواج بالعشرين سنة قد حملن ما يزيد عن ٥ مرات ، وبما يعنى أن مؤشرات الخصوبة عالية ، وبإستثناء الحالة رقم ٣ والتى تلقت تعليما متوسطا نجد علاقة واضحة بين التعليم ومرات الحمل حالة (٦) أو إرتفاع سن الزواج (٢٢-٢٤) حالتى (٥-٧) حيث لم يتزوجن بعد .

المهنة : العلاقة بين المهنة - التعليم - القطاع غير الرسمى .

١	ربة منزل
٢	خادمة فى منزل
٣	ربة منزل
٤	بائعة قماش بالقطعة .
٥	مدرسة بالمرحلة الإعدادية .
٦	مراقب حسابات بأحد البنوك.
٧	ربة منزل .
٨	مربية أطفال فى دار حضانة (فراشة)

إن الدلالة الواضحة لهذا الجدول تشير إلى تلك العلاقة بين المستوى التعليمى والعمل فى القطاع الرسمى المنظم . بينما نجد العكس تماماً حيث تنتشر النساء غير المتعلمات فى القطاع غير الرسمى أو غير المنظم وما يحوط هذا القطاع من إشكاليات تتعلق بأوضاع العمل وظروفه والدخل المتحصل منه والإفتقاد إلى الضمانات الحقيقية لعلاقات عمل مستقرة . وأن المرأة تحت الظروف الإجتماعية والإقتصادية السيئة لا تجد غير هذا القطاع الهامشى تمارس من خلاله نشاطها الإقتصادى وتحصل من خلاله على مكانتها داخل الأسرة ، وداخل المجتمع المحيط بها ، تشير الحالة الرابعة وتعمل (دلالة) إلى أن أولادها يعيبون عليها هذا العمل على الرغم من أنها أرملة ويعد هذا العمل هو الدخل الحقيقى لهذه الأسرة .

نسق المسكن كإطار للتفاعل الإجتماعى :

نظراً لضيق مساحات الطرق والوحدات السكنية وكثافة السكان . فإن المكان يمثل المسرح الذى يجسد طابع الحياة اليومية وأنماط التفاعل . فالناس يعيشون داخل وحدات سكنية محدودة المساحة لا تتناسب مع حجم الأسرة فى كثير من الأحوال . ومن الواضح أن عدم تناسب مساحة الوحدة السكنية مع حجم الأسرة قد يؤدى إلى بعض صور التكيف والمرونة فى إستخدام المكان وتوزيع الأنشطة به . فليس هناك حجرات للطعام وأخرى للنوم وأخرى مخصصة للاستقبال . بل هناك مرونة فى جعل الحجرة الواحدة تؤدى أكثر من وظيفة . وفى إطار فهم هذه الخصوصية محلا شك أن للمسكن أهمية كبيرة فى فهم طبيعة العلاقات

الإجتماعية داخل الأسرة وخارجها . وأيضا تتحدد إلى حد كبير طبيعة العلاقات الإجتماعية ومدى التداخل والتشابك بين عناصرها بطبيعة وخصائص النسق السكنى والحيز الذى يحتله ولعل الملاحظة التى نود الإشارة إليها حول خصائص هذا النسق السكنى وهو ما يعرف بتجاوز علاقات العائلة أو القرابة . حيث تتجاور بشكل لافت للنظر العائلات الموجودة سواء داخل العينة أو بالحى عامة . ويعود ذلك فى رأينا أن كثير من هذه الأسر والعائلات كانت من أصول ريفية ، وعندما هوت إلى المدن بحثاً عن العمل فإنها تميل إلى التجاور العائلى والقرابى فى مواجهة هذا المجهول الجديد ولعل هذه النتيجة تؤكدها وندعمها دراسات الهجرة الداخلية ومدى تكيف المهاجرين فى علاقاتهم الجديدة فى الحضر حيث يميلون إلى البحث عن العلاقات العائلية والقرابية المهاجرة أيضاً .

وتجدر الإشارة إلى أن سكان هذا الحى متدرجين فى سلم إجتماعى يحتلف باختلاف خصائص المسكن وكما سوف يتضح لاحقاً وحيث تسود مساكن متدرجة فى المستوى الإقتصادى والإجتماعى ، وبإستثناء الحالة رقم (٦) فيكاد يكون هناك شبه إتفاق عام لخصائص المسكن بين أفراد العينة مع بعض الفروقات المحدودة . فالحالة رقم (٦) وهى أسرة تم تقييمها ضمن المستوى الإقتصادى والإجتماعى فوق المتوسط ويتجاوز دخل الزوج والزوجة ١٠٠٠ جنيه كما سوف يتضح لاحقاً تقيم فى شقة عبارة عن ٤ حجرات وصالة وبها أثاث حديث وأنتريه + سفرة بالإضافة إلى حجرات للنوم معدة لذلك . مع إمتلاك الأسرة لأجهزة معمرة حديثة ، بوتجاز كبير + غسالة أتوماتيك + سخان كهربى + ثلاجة وتليفزيون ملون . مع إمتلاك الأسرة لسيارة خاصة . أما باقى الأسر فيكاد يكون النمط الغالب هو حجرتان وصالة أو بدون صالة فى أحيان كثيرة ، وهناك بعض الحالات لا يوجد مطبخ وغالباً ما تستخدم الصالة أو أحد الحجرات كبديل له . وأيضاً هناك حالة (٢) تستخدم حمام مشترك مع بعض السكان . وتتشابه إلى حد كبير نوعية الأثاث الموجود بهذه الوحدات السكنية حيث يعد الكنب وهو نمط تقليدى ريفى ثمة غالبة فى هذه الوحدات. وكما سبق القول فإن هذا الكنب يستخدم كبديل أسرة وأيضاً يستخدم فى استقبال الضيوف والقادمين من الريف فى زيارات عائلية واللافت للنظر هو شراء جميع هذه الأسر للسلع المعمرة بالتقسيط ولا توجد حالة واحدة إمتلكت أجهزة معمرة بالشكل النقدى المباشر بل إعتمدت على شراء هذه الأجهزة بالتقسيط . وتوجد حالتين فقط ضمن أفراد العينة يمتلكون جهاز تليفزيون ملون والباقى أبيض وأسود مع إجماع العينة على وجود راديو وتليفزيون بهذه الوحدات ، وربما يكون التليفزيون هو السمة

المشتركة واللغة التى يتم التحاور من خلالها بين أفراد الأسرة والمجتمع الخارجى المحيط بهم سواء الحديث فى برامج المشكلات أو المسلسلات التى يقدمها .

وإذا جاز للبحث تقسيم وتصنيف عينة الدراسة وفق خصائص النسق السكنى فسوف نجد أن هناك سلم إجتماعى يتكون من درجتين (المستوى الحديث) وهو عبارة عن شقة مستقلة بها مطبخ وحمام وأثاث جيد ، ونمط آخر تقليدى تلعب متغيرات إجتماعية وإقتصادية دوراً لتأكيده ودعمه عبر الزمن .

الأصول الإجتماعية لعينة الدراسة :

إن الكشف عن الأصول الإجتماعية لعينة الدراسة على درجة كبيرة من الأهمية ، فلاشك أن تحديد طبيعة الأوضاع الإجتماعية لأسر الدراسة إنما يرتبط بالأصول الإجتماعية التى خرجت منها هذه الأسر وسوف يعتمد التحليل هنا على عدد من المؤشرات لتحديد الأصول الإجتماعية كدرجة تعليم والد الزوجة ووالدتها، وأيضاً مهنة الأب والأم وفى النهاية تحديد نمط الزواج وموقفهما من تعليم البنات.

حالة رقم	درجة التعليم		المهنة		نمط الزواج	الموقف من تعليم البنات بالزواج
١	تعليم أبتدائى	أمية	جزار	خياط بعض لوقت	عائلى	يفضل زواج البنت مبكرا تفضل الذكور
٢	أمى	أمية	بيع أدوات منزلية	ربة منزل	عائلى	لا يحرص على تعليم أبنائه
٣	أمى	أمية	تاجر حبوب بسيط	ربة منزل	عائلى	حريص على تعليم الأبناء - البنات
٤	أمى	أمية	فكهانى	ربة منزل	عائلى	غير مؤمن بتعليم البنات
٥	يقرأ ويكتب	أمية	عامل	ربة منزل	عائلى	حريص على تعليم الأبناء
٦	أمى	أمية	تجار	ربة منزل	عائلى	حريص على تعليم الأبناء وصاحب قرار زواجهم .
٧	أمى	أمية	عامل	ربة منزل	عائلى	تفضل الذكور
٨	أمى	أمية	عامل	ربة منزل	عائلى	تفضل الذكور

تكشف البيانات السابقة عن خصائص هامة فيما يتعلق بتحديد المستوى والأصول الإجتماعية لعينة الدراسة ، فعلى مستوى الحالة التعليمية نجد أن الغالبية العظمى من حالات الدراسة ٦ حالات هم أميون وإثنين يقرأون ويكتبون أما الوالدات فكلهن أميات ، وأيضاً الحالة المهنية فسوف نجد أن خمسة منهم يعملن بوظائف تقليدية وحرفياً بسيطة ، بينما ثلاثة منهن أولاد عمال وبإستثناء الحالة رقم (١) والتى عملت خياطة فى بعض الأحيان فهم ربات بيوت لا يعملن والسمة الغالبة لنمط الإختيار للزواج كان النمط العائلى ، وثلاثة منهن حرصن على تعليم الأبناء والبنات وساءت الرؤية الغالبة لتفضيل الذكور وأهمية زواج البنت مبكراً كسترة لها وله أيضاً .

وهنا نجد أن القيم التقليدية هى الحاكمة لنمط الإختيار للزواج مع محدودية نطاق التعليم للأب والأم وتسود الثقافة التقليدية لتفضيل الذكور على الإناث .. إلخ.

العلاقات الإجتماعية داخل الأسرة :

١- العلاقة بين الزوج والزوجة :

أشارت ثلاثة حالات بأنهن يتمتعن بعلاقات طيبة مع الزوج وهى علاقة تقوم على الإحترام والتقدير بينما أجابت ٥ منهن بأن العلاقة مع الزوج يشوبها نوع من التوتر وعدم المسئولية من قبل الزوج ، وهى علاقة تقوم على القهر ، وقد أجابت إحدى السيدات بأن زوجها دائم الضرب لها . (حالة ٦) كما توجد حالة هجر بين الزوجين حيث ترك الزوج المنزل منذ ما يقرب من عشر سنوات دون أن يتحمل تكاليف المعيشة للزوجة والأبناء .

٢- مشورة الزوجة :

أفادت عينة الدراسة بأن (٦ حالات) يقمن بإستشارة زوجاتهن ، فى بعض المسائل الأساسية ، على الرغم من وجود علاقات متوترة سبق الحديث عنها . إلا أن الإتجاه العام لعينة الدراسة هو إنفراد الرجل بإتخاذ القرارات فى الحياة الأسرية دون العودة إلى المرأة أو أخذ رأيها ثم يتم إخبار الزوجة فيما بعد وقد أجابت ثلاث حالات أن أزواجهن دائماً يستشيرهن فى شئون الأولاد وتعليمهم والدروس الخصوصية والمنزل .

٣- علاقة الزوجة والزوج بالأبناء :

٣-١ علاقة الزوج بالأبناء :

أجابت ثلاث حالات بأن الأب سلبى تجاه أبنائه ودائم الشجار معهم وأفادت واحدة منهن بأن زوجها لا يعلم أى شئ عن أولاده ، وهناك قيمة واضحة ذكرتها عينة الدراسة هى ميل

الزوج نحو تفضيل الذكور أو زواج البنات مبكراً لسترتها أولاً وأفادت ٤ حالات أن علاقة الزوج بالأبناء بخاصة البنات منهن علاقة طيبة وقد ذكرت إحداهن أن الزوج يعامل إبنته المتعلمة معاملة طيبة وأنهم أصدقاء والبنت تتحمل مع الأب مسئولية التشاور فى كثير من شئون المنزل وتعليم الإخوة.

٣-٢ علاقة الزوجة بالأبناء وبخاصة البنات :

هناك شبه إجماع لدى جميع أفراد العينة على علاقة طيبة بأولادهن وأنهن يحاولن تعويض دور الأب ، وذكرت معظم الحالات أنه لا فرق بين الولد والبنت بل البنت المتعلمة افضل من الولد ، وأنهن يحرصن على تعليم البنات ومنع زواجهن قبل إتمام المراحل التعليمية المختلفة ، وتتحمل المرأة فى معظم الحالات الدور الأكبر فى توجيه الأبناء وبخاصة البنات وسوف يرد فى الأجزاء التالية الدور الإقتصادى للمرأة حيث تتحمل ثلاث أسر منهن المسئولية الإقتصادية كاملة داخل الأسرة .

الإطار القيمى لدور المرأة ودور الرجل:

١- الست ملهاش إلا بيتها - مش مفروض تشتغل :

أجابت الثمان حالات بأنهن يعترضن على هذه المقولات وأن عمل المرأة على درجة كبيرة من الأهمية ، وأتت الإجابة بأن العمل هو ضمان للمستقبل وحماية للبيت أيضاً عن طريق المساعدات المالية .

٢- قيمة الزواج مقابل قيمة التعليم :

تشير الإجابات إلى أن ٦ حالات أجبن بأن التعليم أهم من الزواج ، وأنهن يبذلن أقصى جهد ممكن لضمان لمستقبلهما ، وأفادت واحدة أنها تفضل العريس إذا كان مناسباً وموافق على تعليم البنت بعد الزواج ، وأجابت واحدة بأنها مع زواج البنت دون إكمال التعليم ويلاحظ بشكل عام إتجاه الأسر ذات الدخل المتوسط وفوق المتوسط وحتى فى بعض المستويات الدنيا إلى الإهتمام بقيمة التعليم بعكس تلك الحالة التى فضلت زواج البنت ، وتجدر الإشارة إلى أن هذه الحالة ذات دخل منخفض ومستوى إجتماعى متدنى .

٣- قيمة عمل المرأة :

أجابت معظم الحالات بأن العمل مهم للمرأة وأنهن لا يفضلن الجلوس فى البيت حيث أن الشغل مهم لهن حيث يحققن من خلاله دخل يساعد الأسرة على إرتفاع مستويات المعيشة .

مشاركة الرجل فى تحمل أعباء المنزل مع الزوجة :

توضح الإجابات المعطاة بان ٦ حالات أجبن بأنهن مع مساعدة الرجل للمرأة فى تحمل أعباء المنزل وأجابت إثنتان أنهن ضد مساعدة الرجل فى المنزل حيث أن الرجل راجل ولا داعى لمساعدته داخل المنزل .

حجاب المرأة والبنت :

أجمعت العينة على أن الحجاب سترة للبنت والأم ، وأنهن مع حجاب المرأة ، وتفيد الإجابات الموضحة بأن المرأة منذ زواجها لم يبق لها سوى علاقة جيدة مع الدين ، وكانت الإجابة الجامعة (عايزة من الدنيا إيه ما خلاص إتجوزت) وكأن معنى ذلك أن المرأة بمجرد زواجها تفقد علاقتها الحياتية ولا يوجد طريق آخر غير الحجاب .

" الراجل لازم تكون كلمته مسموعة " :

أجابت ٦ حالات بأنهن مع ضرورة سماع كلمة (الراجل فالرجل رجل مهما كان) وأجابت إثنتان بأنهن يسمعن كلام الزوج إذا كانت فى صالح الأسرة وإذا كان على قد المسئولية كما ذكرنا .

" الست اللى بتصرف فى البيت لازم يبقى لها قيمة " :

اللافت للنظر هو أن المرأة أجابت مع أن تكون لهن كلمة فى المنزل وإنما الإجماع أتى من ضرورة التعامل مع هذه القضية بأدب ، حتى لا تحرج الرجل . وأجابت واحدة منهن بأنها لا توافق أن تكون لها كلمة مسموعة داخل المنزل فالرجل رجل مهما كان .

قيمة أختيار العريس للبنت :

هناك نقطة تحول هامة فى نمط الإختيار ، فالجيل السابق إعتمد على النمط العائلى فى الإختيار والجديد هو إجماع أفراد العينة الثمانية على ضرورة إختيار البنت للعريس بنفسها وإذا كانت البنت متعلمة تستطيع الإختيار الصحيح .

قيمة التعليم والعمل ثم الزوج :

أشارت ٦ حالات بأنهم يؤيدون التعليم والعمل ثم الزواج فيما بعد وأجابت حالتان بأنهن مع الزواج إذا حضر عريس مناسب وملائم للبنت .

استئذان الزوج فى كل شئ :

أفادت ٥ حالات بأنهن استاذن من يثق حث عليها الدين . وأجابت ٣ حالات بأنهن فى كثير من الأحيان يستأذن الزوج .

الست إللى عندها أولاد صغار لازم تعمل :

إنقسمت عينة الدراسة فيما بينها حيث وافقت ٤ حالات على ضرورة رعاية الطفل والإهتمام به على العمل ، والنصف الآخر ذكر بأنهن يعترضن على ذلك وانه مع تنظيم الوقت يمكن رعاية الطفل رعاية قوية .

ومما سبق يمكن القول أن هناك قيم إيجابية تتعلق بالعمل والتعليم أصبحت محل تغير كبير فى نظر الجيل الحالى فالزوجات يسعين إلى تعليم بناتهن ولا يفضلن زواج البنت قبل إتمام المراحل التعليمية المختلفة وعلى الأقل مرحلة الدبلوم. وإجمالاً يمكن القول أن هناك إزدواجية فى الجانب القيمى بين القيم الحديثة والتقليدية فهن مع الحجاب وطاعة الزوج وضرورة سماع كلامه كفريضة وفى ذات الوقت هن مع قيمة التعليم والعمل .

العلاقة مع مؤسسات المجتمع المدنى بمنطقة الدراسة :

اجمعت الحالات المتزوجة الست بأنهن تعاملن مع جمعية تنظيم الأسرة حيث كن يحصلن على وسائل منع الحمل أو تركيب اللولب وأجمعت الست حالات بأنهن لا يثقن فى خدمات تنظيم الأسرة حيث يسود الإهمال وعدم النظام وقد أجابت حالتان بأنهن حملن بعد تركيب اللولب مما أفقد هذه الجمعية مصداقيتها . وبشكل عام فإن العلاقة بين جمعية تنظيم الأسرة ونساء بعينة غير ودية ولا يرحبن بالذهاب إليها .

وقد أتى البديل مع المستوصف الإسلامى بجامع عمرو ابن العاص حيث أجمعت الثمان حالات بأنهن يفضلن هذا المستوصف الإسلامى حيث أنه فى متناول كل الناس فأسعار العلاج به زهيدة . وبه أجهزة حديثة ، وعلى ذلك يمكن القول أن نساء الأحياء الشعبية يفضلن المساجد والعيادات الموجودة به عن التعامل مع أى عيادات أخرى . وقد أجابت الحالة رقم

(٦) بأنها تذهب إلى طبيب خاص وإن كان هذا لا يمنع من ذهابها إلى المستوصف الإسلامى بجامع عمرو . حيث تعتبره من افضل المؤسسات لخدمة المرأة فى المنطقة .

وقت العمل المنزلى :

يبدأ العمل المنزلى عند معظم نساء العينة فى السادسة والسادسة والنصف صباحاً وهنا لا فرق بين سيدة تعمل (٥ حالات) وسيدة لا تعمل (٣ حالات) حيث أجمعن بأنهن يبدأن اليوم الساعة ٨ صباحاً حيث أنهن يقمن بإعداد وجبة الشاى مع إفطار بسيط ويتضح من ذلك أن الغالبية العظمى فى أفراد العينة يبدأن الساعة ٨ مع ضرورة إبداء ملاحظة حول الحالة الثامنة التى تبدأ عملها الساعة ٧ مساء وحتى السابعة صباحاً بما يعنى أنها تقوم وقتها بشكل مختلف حيث تعد الإفطار وتنام حتى الساعة ١٢ .

نموذج للتقسيم وتخصيص الوقت لأفراد العينة المشتغلات :

الساعة ٦ صباحاً	الإستيقاظ	٧ حالات
الساعة ٨ – ٤	العمل خارج المنزل .	٤ حالات
الساعة ٤ ، ٥,٣٠	إعداد وجبة الغذاء .	
الساعة ٦ – ٨	راحة .	
الساعة ٨	بدء إعداد طعام الغد ومشاهدة التليفزيون	
الساعة ٩ : ١١	مشاهدة التليفزيون .	

وفى يوم الإجازة يقمن بعمل غسيل وطبخ ويكون الغذاء الساعة ٣ .

نموذج تخصيص الوقت للنساء غير العاملات :

١– الإستيقاظ	الساعة ٦ : ٦,٣٠ .
٢– تنظيف المنزل والإفطار .	الساعة ٧ : ٩ مشاهدة التليفزيون صباحاً .
٣– شراء الطعام وتسويته .	الساعة ١٠ : ١٢ .
٤– إعداد طعام الغذاء .	الساعة ١ : ٣ .
الجلوس مع الجيران .	
٥– مشاهدة التليفزيون .	الساعة ٧ : ١٢ .

مصادر دخل النساء :

كما سبق القول فإن هناك ٥ حالات يعملن منهن ثلاث حالات يعلن الأسر المعيشية إعالة كاملة وأجابت إثنتان بأنهن يساعدن الأسرة فى حدود معينة وأنهن يحتفظن بالرواتب الخاصة بهن وتنتمى معظم الأسر إلى الدخل المنخفض حيث يبلغ متوسطه بين ٨٠ جنيه فى الشهر إلى ٢٥٠ جنيه . وحالتان فقط أجابت بأن راتبهن يتجاوز الـ٣٥٠ جنيه فالحالة ٦ يبلغ دخلها ٥٠٠جنيه شهرياً حيث تعمل فى أحد البنوك كمراقب للحسابات .. ويوجد ضمن حالات الدراسة حالتان تحصلان على مرتب السادات وهو ١٨ جنيه شهرياً وتتحمل المرأة باقى التكلفة النقدية والإقتصادية حيث يعملن لتعويض هذا النقص . وهناك أسرة تحمل على بعض المساعدات الاقتصادية من أهل الخير بالحى .

مصادر الإنفاق :

تتسم حياة أغلبية أفراد العينة بالقلق اليومى والصراع المستمر من أجل تحقيق توازن فى توزيع الأدوار وذلك من أجل تحقيق استقرار فى التعاون والتساند والتبادل وتلعب النساء دوراً كبيراً فى رسم سياسات الأسرة لتأمين الحياة اليومية وتأمين مخاطر المستقبل وذلك عبر أنماط محددة للإستهلاك وعلاقات إجتماعية متوازنة مع جماعات الجيرة وممارسة الأنشطة الإقتصادية التى تساهم فى دعم الأسرة إقتصادياً أو فى أحياناً كثيرة تلجأ النساء إلى تخفيض الأعباء عن كاهل رئيس الأسرة عن طريق تدبير شئون المنزل والتقليل من نفقات الطعام والملبس .

ويمثل تخفيض ميزانية الطعام داخل الأسرة المرتبة الأولى فى الحياة اليومية ويتأثر نظام الإستهلاك بنظام الخل (اليومى - الأسبوعى - الشهرى) فالأسرة التى تعيش بنظام الدخل اليومى تعتمد على الأطعمة سابقة التجهيز أما الأسر التى تعتمد على دخل أسبوعى أو شهرى فإن هناك قدر من التنوع فى الإستهلاك وبخاصة الطعام حيث تعتمد الأسرة على تخزين الطعام الجاف أو المجمد .

وفى ضوء ما سبق يمكن القول أن مكانة المرأة داخل مجتمع حى مصر القديمة ، تتزايد بمقدار ما يتحقق من استقرار فى العمل خارج المنزل ، وبمقدار ما يتحقق من دخل ناتج من عملها لصالح الأسرة .

الجانب الإعلامي والثقافي :

أولاً : قراءة الصحف والمجلات والكتب :

لعل خصائص العينة التعليمية تعطى دلالات واضحة عند الحديث عن قراءة الصحف والمجلات والكتب أى علاقة عينة الدراسة بأحد وسائل الإعلام الجماهيرية وكما سبق القول فقد بلغت نسبة الأمية ٤ حالات . للصحف عن إبن خالتها التى تذهب إليها يومياً للحديث معها. وتقول أنها تستفيد منها حيث تحكى لها أخبار الحوادث والمقالات التى تهم المرأة وخلافه والحالات الثلاث الباقية لم تتعرض لأى صحيفة .

أما الحالات التى تقرأ وتكتب فكلهن أجمعن على شراء الصحف بشكل منتظم وكذلك بعض المجلات ، فجريدة الأخبار تمثل المرتبة الأولى ثم الأهرام وتهتم المرأة بقراءة القضايا الخاصة بها وبعض القضايا السياسية فى الصفحة الأولى . وكذلك أخبار الحوادث وتحرص نساء العينة الثلاث على شراء جريدة الأهرام الأسبوعية لقراءة باب عبد الوهاب مطاوع .

أيضاً تتابع حالتان شراء مجلتى حواء وحريتى حيث تهتمان بعروض الأزياء بهاتين المجلتين . وتضيف واحدة منهن أنها تحرص على شراء مجلة الشباب حيث تعرض لمشاكل الشباب بواقعية وتبحث عن حلول لها . وأجابت هاتين الحالتين أنهن فى مراحل معينة عمرهن قرأن نجيب محفوظ حيث يكتب عن هموم الحارة والشارع فى الأحياء الشعبية ، وأجابت الأخرى بأنها قرأت يوسف إدريس حيث خاطبت قصصه مشاعر المرأة وتأثرت به كثيراً .

وتعتبر المرأة المقالات المكتوبة فى المجلات والصحف مفيدة حيث ترفع من مستوى وعيها وتساعدها على حل كثير من مشكلات أولادها وتلوم النساء الثلاث بعض التحليلات الخاصة بالمرأة أنهن يعرضن القضايا بشكل غير موضوعى ويساعد على تشويه صورتها وجعلها جسد فقط وتقتصر هذه التحليلات على عرض قضايا المرأة فى الأحياء الغنية وتهمل المرأة فى الأحياء الشعبية على حد قولهم وبمعنى آخر ترى النساء أن المقالات والصحف منحازة للنساء الغنيات بعكس الإهتمام بقضايا المرأة الفقيرة وتطويرها.

التليفزيون والراديو : ومدى التفضيل :

كما سبق القول فإن سبعة من حالات الدراسة لديهن تليفزيون منهن إثنتين لديهن تليفزيون ملون وتم شراء هذه الأجهزة بالتقسيط منذ فترات بعيدة ، أيضاً لدى الأسر الثمانية راديو وبعضهن لديه مسجل وبسؤالهن عن برامج الراديو التى تفضلها أجبن بأنهم يفضلن برنامج ربات البيوت وبرنامج ضياء الدين بيبرس الذى يعطى خبرات جديدة للمرأة وأجابت

النساء غير العاملات أنهن يستمعن إلى الراديو في الصباح وأثناء ممارسة العمل المنزلى وكذلك مشاهدة برنامج صباح الخير يا مصر أما النساء العاملات فأجبن أن أنسب وقت لمشاهدة التليفزيون خلال الفترة من ٧ مساء وحتى الحادية عشرة وعن الحديث عن برامج المرأة فى التليفزيون أجمعت نساء العينة أن أفضل البرامج كلام من دهب حيث يتوجه للناس الغلابة على حد قولهم .

وكذلك يتابعن برامج المرأة وبرنامج حياتى يوم الجمعة وذكرن أن برنامج حياتى هام حيث يعطى المرأة دروس وخبرات مفيدة فى التعامل مع المشاكل التى تواجهها المرأة.

وإعترضت معظم نساء العينة على الإعلانات حيث أنها مضيعة للوقت وتسبب لنا مشاكل مع الأولاد حيث انهم يقلدوا الإعلانات ويطلبوا شراء " كل إللى يشفوه " . وكذلك تتابع النساء إعلانات إيريال وبخاصة الجوائز .

إن الاستخلاص العام الذى يمكن الخروج به أن التليفزيون يعد الوسيلة الأساسية فى ضوء الأمية السائدة بين نساء العينة . وبالتالى تقع على التليفزيون مهمة أساسية فى نوعية البرامج التى تهتم بقضايا المرأة ومحاولة تنمية قدراتها ومهاراتها .

صورة المرأة :

أجمعت العينة المختارة أن التليفزيون يقدم صورة مشوهة للمرأة حيث يقدمها فى صورة تعتمد على الجنس إما خائنة أو زانية وهن يرفضن هذه الرؤية ويعبن على التليفزيون عدم الإهتمام بقضايا المرأة التى تكافح من أجل زوجها وأولادها ويعيب النساء أيضاً عدم إهتمام التليفزيون بقضايا المرأة الفقيرة والحديث عن حقوق المرأة . وترى النساء أن المرأة ليست جسداً خائناً بل هى عبارة عن أحاسيس ومشاعر تتأثر بما يقدم لها .

الأفلام والمسلسلات التليفزيونية :

من اللافت للنظر أن نساء العينة أجمعن أنهن يفضلن الأفلام القديمة وبخاصة ذات الطابع الرومانسى وأنهن لا يحببن مشاهدة الأفلام الجديدة لأنها تعتمد على البنات الجميلات والقصص التافهة ، وحظيت المسلسلات التليفزيونية وبخاصة مسلسل ليالى الحلمية والمال والبنون بتقدير ملحوظ حيث أجمعن أن أفضل ما قدم التليفزيون هما هذين المسلسلين مع مسلسل رأفت الهجان .. وأجمعت النساء فى النهاية على أن التليفزيون بشكل عام لا يعبر عن مشاكل المرأة الفقيرة بشكل جيد وإنه يقدم المرأة فى صورة غير لائقة .

المشاركة السياسية :

أجابت المبحوثات الثمانية بأنهن ليس لديهن بطاقات إنتخابية وهن يرون أن التجربة الحزبية يسودها المحسوبيةَ والوساطة والفساد وأنهن تتابع أخبار الإنتخابات من خلال التليفزيون أو من خلال الصحف ، ولكنها لا تشارك فى أى إنتخابات لأن الثمانية ليس لديهن بطاقات إنتخابية وربما تكون عدم المشاركة موقف سياسى تجاه فشل التجربة وعجزها عن حل مشاكل الناس .

مدى وعى المرأة بمشاكل المجتمع :

تفيد المشاكل التى طرحت أن المرأة الحضرية على وعى كامل بكل ما يجرى حولها حيث أفادت أن أهم المشكلات التى تواجه أسرتها هما البطالة وغلاء المعيشة وأضفن أن أهم المشكلات حالياً هى البطالة - وإرتفاع أسعار السلع كبير مع إضافة مشكلة الإرهاب كمشكلة تهدد الشباب فى مصر .

ويطالبن بقيام جهاز التليفزيون بتقديم الحلول الملائمة لحل مشكلة البطالة وتقديم فرص عمل للشباب .

استخلاص عام للجانب الإعلامى :

١- يلاحظ أن الأمية تسود نسبة عالية من عينة الدراسة وبذا يحتل التليفزيون المرتبة الأولى فى تزويد المرأة بالكثير من المعلومات العامة وبذا يقع على التليفزيون مهمة كبيرة فى نوعية البرامج والمسلسلات بحيث يعبر عن كافة الشرائح الإجتماعية أصدق تعبير .

٢- أيضاً يلعب الراديو دوراً هاماً وبخاصة للمرأة غير العاملة حيث تستفيد منه أثناء فترات الصباح وبخاصة برنامج ربات البيوت وتفضل النساء سماع إذاعة الشرق الأوسط والقاهرة الكبرى لسهولة وبساطة المادة وهى تميل إلى الفقرات الخفيفة .

٣- يلاحظ أن أفضل أوقات لمشاهدة التليفزيون فى الفترة من الساعة ٧ : ١١ مساءً وبخاصة للمرأة العاملة وهن يعبن على التليفزيون بدء السهرات بعد الساعة ١٢ مساءً مما يعطلهن عن الإستيقاظ صباحاً للذهاب إلى العمل .

استخلاص عام للدراسة :

١- يلاحظ ميل حجم الأسرة إلى الإرتفاع حيث بلـغ معدل متوسـط أفـراد الأسـرة لـدى عينة الدراسة ٥,٥ فرد وهو معدل مرتفع مع مراعاة أن النمط الغالب هو نمط الأسـرة البدويـة أى الزوج والزوجة والأبناء .

٢- الوضع التعليمى للمرأة ما زال متدن للغاية حيث تسود نسبة عالية من الأمية ٥ حالات بينما نالت حالتان تعليم متوسط وواحدة جامعية ويلاحظ أنهن كلهن يعملن .

٣- هناك علاقة واضحة بين المستوى التعليمى ونوعية المهنة حيث النساء المتعلمات نلن شرف العمل فى القطاع الرسمى مما يحقق لهن مزايا وحقوق هذا القطاع بينما المرأة غير المتعلمة اتجهت - تحت ضغوط حاجة الحياة - إلى القطاع غير الرسمى المفتقد لأجور عادلة وضمانات عمل مستقرة .

هذا ويلاحظ أن أهم متغيران فاعلان فى الحياة الحضرية هما التعليم والمهنة حيث يحددان إلى حد كبير طبيعة الوضع الإقتصادى والإجتماعى للأسرة .

الفصل السادس..

نتائج التحليل المقارن بين قريتي

كمشيش والزرابي

أولاً – خصائص العينة :

– أجريت الدراسة فى قرية كمشيش (وجه بحرى) على ثمانية سيدات ، فى حين تم إجراء الدراسة على عشر سيدات من قرية الزرابى (وجه قبلى) .

– إتفقت أعمار السيدات المبحوثات فى القريتين حيث تراوحت فى كمشيش بين ٥٠ عاماً و ٢٥ عاماً ، أما فى قرية الزرابى فقد تراوحت أعمارهن بين ٢٣ عاماً و ٥٧ عاماً، ومن ثم فإن النساء المبحوثات يمثلن سن الشباب والنضج .

– اختلف وضع المبحوثات فى القريتين من الناحية التعليمية حيث اختيرت خمسة سيدات أميات من الحالات المدروسة فى قرية كمشيش وثلاثة حاصلات على مؤهلات متوسطة ، أما فى قرية الزرابى فقد اختيرت ثلاثة أميات وثلاثة سيدات تعليم متوسط وثلاثة سيدات حاصلات على مؤهلات عليا وسيدة حاصلة على شهادة محو الأمية مما يتيح لها معرفة القراءة والكتابة .

– تتضح قسوة التقاليد الإجتماعية فى قرية الزرابى والتى تعوق خروج المرأة للعمل وذلك بالمقارنة بقرية كمشيش خاصة بين النساء المتقدمات فى السن ، حيث اتضح أن نصف عدد السيدات المبحوثات فى قرية الزرابى لا يمارسن أعمالاً خارج المنزل فى حين لا توجد سوى سيدة واحدة بين المبحوثات فى قرية كمشيش لا تعمل خارج المنزل .

أما عن نوعية العمل فقد اتفق فى القريتين ، حيث أنه لا يخرج عن المساهمة فى زراعة الأرض وفى التجارة وفى مهنة التدريس والأعمال الإدارية فى المدارس الموجودة بالقريتين .

– اختلفت العينة من حيث الحالة الإجتماعية للمبحوثات ، فنجد أنها تنوعت فى الزرابى ما بين أرملة ومتزوجة وآنسة . جاءت كافة الحالات المدروسة الموجودة بالقريتين.

– برز تأثير العادات الإجتماعية فى القريتين (قبلى وبحرى) على الاستقلالية فى المسكن ، ففى قرية الصعيد ما زال النمط الغالب هو المعيشة داخل الأسرة الكبيرة حيث وجد أن ثلاثة مبحوثات فى الزرابى يتمتعن بسكن مستقل أما الباقيات فيعشن إما مع أهل الزوج أو مع الأبناء المتزوجين فضلاً عن وجود ثلاثة حالات غير متزوجات يقمن مع الأهل. فى حين أن الوضع يختلف تماماً فى قرية كمشيش حيث نجد أن ستة مبحوثات من بين الحالات الثمانية المدروسة يقيمن فى سكن خاص بهن .

ثانياً – تحليل البيانات الخاصة بالمستوى الإجتماعى والإقتصادى فى الأسرة :

– كشفت الدراسة عن اهتمام كافة الحالات المدروسة فى القريتين بالتعليم يتساوى فى ذلك الذكور والإناث كما اتضح أن الحرص على تعليم الأبناء لا يرتبط بشكل جوهرى بتعليم الأب أو تعليم الأم ، فالتعليم أصبح قيمة هامة فى حياة الأسر الريفية سواء كانوا أميين أو متعلمين باعتباره وسيلة للتنوير وفتح آفاق الحياة أمام الأبناء وتحسين أوضاعهم المعيشية .

– ومن ثم فقد أكدت الدراسة أن لا يوجد إرتباط ذو دلالة بين نسبة التعليم ومستواه وبين حجم الأسرة . إلا أنه يلاحظ وجود إرتباط فى القريتين بين المستوى الاقتصادى للأسرة وبين حرص الأم الأمية على أن تستكمل إبنتها المراحل التعليمية المختلفة حتى تنتهى من المراحل الجامعية ، فالأم الأمية ذات الدخل المنخفض ترى أنه يكفى أن يصل الأبناء (خاصة البنات) إلى مرحلة التعليم المتوسط والتى تنتهى بالحصول على شهادة متوسطة حيث تشكل الدراسة الجامعية عبئاً مادياً ترى أنها لا تستطيع أن تتحمله .

– كشفت الدراسة أن العامل الأساسى فى الارتفاع النسبى فى المستوى الاقتصادى لبعض الأسر المدروسة فى قرية كمشيش يرجع فى الأساس إلى عمل الزوج أو الابن فى إحدى الدول العربية وقد ظهر هذا واضحاً فى حالة المسكن وما به من أدوات كهربائية معمرة، كما أن امتلاك الأسرة لأرض زراعية وفر لها مستوى معيشة بعض الأسر المبحوثة يرجع إلى حيازة الأرض الزراعية فى المقام الأول ثم العمل فى التجارة . وكشفت الدراسة فى القريتين عن اهتمام عدة أسر فى الريف بحيازة الأجهزة المعمرة والتى كانت قلما تتواجد فى الريف المصرى . فضلاً عن الثلاجة والتليفزيون والغسالة ظهرت المكنسة الكهربائية والخلاط والبوتاجاز والمروحة وغيرها مما يعكس تأثير الهجرة المؤقتة للعمل فى البلدان العربية وقد ظهر هذا واضحاً فى قرية كمشيش أكثر منه فى قرية الزرابى .

ثالثاً – الجوانب الإعلامية والثقافية فى قريتى كمشيش والزرابى :

– أكدت دراسة الحالة فى قريتى كمشيش والزرابى عن تدنى نسبة قراءة الصحف بين السيدات واتفقت القريتان فى الأسباب المؤدية إلى ذلك يأتى فى مقدمتها إنتشار الأمية خاصة بين النساء .

وجود منافذ لبيع الصحف فى القريتين ، فضلاً عن تأثير المستوى الاقتصادى والذى يجعل من شراء الصحيفة عبء مادى قد لا يقدر عليه الكثيرون .

– كشفت الدراسة فى كمشيش والزرابى عن تأثير مستوى التعليم على تفضيلات القراءة بين المبحوثات المتعلمات ، حيث احتلت جريدة (الأخبار) المرتبة الأولى بين الحاصلات على شهادات متوسطة وأقل فى القريتين فى حين أن جريدة (الأهرام) كانت هى المفضلة لدى الحاصلات على شهادات جامعية عليا ، ويرتبط ذلك بما أثبتته عديد من الدراسات الأكاديمية التى أكدت على الشخصية المحافظة لجريدة الأهرام والسمة الشعبية لجريدة الأخبار، كما يلاحظ أن مستوى التعليم قد أثر فى طبيعة ونوعية الموضوعات المقروءة للمبحوثات الحاصلات على شهادات متوسطة الموضوعات الخفيفة مثل الفن والحوادث والموضوعات ذات الصبغة الإجتماعية خاصة ما يتعلق بالمشكلات العائلية والعاطفية ، نجد أن الحاصلات على شهادات جامعية يفضلن قراءة الموضوعات السياسية والثقافية .

– اتفقت المبحوثات فى كمشيش والزرابى فى عدم متابعتهم للصفحات والموضوعات المخصصة للمرأة وذلك يرجع إلى اهتمام تلك الصفحات سوى بالمرأة الحضرية ذات المستوى الثقافى والإجتماعى المرتفع وإغفال مناقشة قضايا وهموم المرأة الريفية .

– كشفت الدراسة فى كمشيش والزرابى عن امتلاك كافة الحالات لأجهزة الراديو – باستثناء مبحوثة – فى قرية الزرابى وذلك نتيجة لوضعها الاقتصادى والاجتماعى المتدنى .

– جاء الاستماع إلى القرآن الكريم فى مقدمة المواد الإذاعية التى تفضل المبحوثات فى القريتين الاستماع إليها .

– اتفقت المبحوثات فى القريتين على أن برنامج (إلى ربات البيوت) من أفضل البرامج التى يحرصن على الاستماع إليها ومتابعتها ، يليه برنامج على الناصية وبعض البرامج الصحية ، أما نشرات الأخبار وغيرها من البرامج السياسية فلا تجد إقبالاً بين غالبية المبحوثات .

– أوضحت الدراسة أنه باستثناء برنامج (إلى ربات البيوت) فإن المبحوثات لا يعلمن عن وجود برامج أخرى موجهة للمرأة فى المحطات الإذاعية المختلفة أو موعد إذاعتها .

– كشفت الدراسة أنه باستثناء حالتين توجد إحداها فى كمشيش والأخرى فى الزرابى فإن المبحوثات فى القريتين يمتلكن أجهزة تليفزيون وإن كان معظمها أبيض وأسود.

واحتلت فترة المساء ذروة فترات المشاهدة بين المبحوثات حيث أنهن فى فترة الصباح والظهيرة يكن إما فى أعمالهن خارج المنزل أو يمارسن الأعمال المنزلية داخله .

– اتفقت المبحوثات فى كمشيش والزرابى على تفضيل مشاهدة المسلسلات الدرامية والأفلام العربية وبرامج المنوعات . وترى غالبية المبحوثات أن المسلسلات التليفزيونية تتعرض لبعض المشكلات التي تواجه البعض منهن وأنهن يستفدن من بعض الحلول التى تطرحها هذه المسلسلات لعلاج هذه المشكلات . وجاء مسلسل ذئاب الجبل كأفضل مسلسل تليفزيونى حيث أنه يتعرض لبعض المشكلات الاجتماعية فى الصعيد ومنها حق الفتاة فى اختيار زوجها مما يجعله أقرب لما هو مثار فى المجتمع الريفى بصفة عامة ، وأتى مسلسل العائلة فى الترتيب الثانى بين المبحوثات لما يناقشه من خطورة الإرهاب .

– إتفقت كافة المبحوثات فى القريتين على تفضيلهن للأفلام القديمة حيث أنها تعبر عن الحياة الواقعية التى يعيشها الإنسان البسيط ، كما أنها خالية من الألفاظ والمشاهد الخارجة التى تجرح أفراد الأسرة وتثير فضول الأبناء .

– أكدت غالبية المبحوثات فى الزرابى وكمشيش لرفضهن لمعظم ما يقدم فى البرامج المخصصة للمرأة فى التليفزيون حيث أن ما يهتم به من فنون الديكور والإتيكيت وأطعمة وملابس لا يتلائم مع عاداتهم أو مستوياتهم الإقتصادية . إلا أن قلة من المبحوثات ، خاصة فى قرية الزرابى أكدن أنهن يستفدن من بعض هذه البرامج خاصة ما يتعلق بتربية الأبناء والتفضيل (*)

(*) تعمل المبحوثة خياطة .

المقارنة بين نتائج المستوى التحليلى الثانى
بين قريتى كمشيش والزرابى

أولاً – تأثير وسائل الإعلام فى تنمية المرأة الريفية

ا – الصحف :

أثبتت دراسة الحالة الإتفاق فى عدد قارئات الصحف فى كمشيش والزرابى والذى لم يزد عن اثنتين فى كل منهما ، وذلك على الرغم من الإختلاف البين فى المستوى التعليمى للعينة فى كل قرية . وقد لوحظ ارتباط مستوى التعليم بين المبحوثات فى القريتين بنوعية الصحيفة المفضلة حيث جاءت الأخبار فى مقدمة تلك الصحف بين ذوى المؤهلات المتوسطة وكانت الأهرام الصحيفة المفضلة لدى الحاصلات على مؤهلات جامعية. إلا أنه من الملاحظ أن عدم إقبال المبحوثات على قراءة الموضوعات الجادة السياسية والثقافية والاقتصادية وتفضيلهن فقط للموضوعات الخفيفة كان له تأثيره الواضح فى انعدام الوعى السياسي بين غالبية المبحوثات القارئات للصحف ، مما يؤكد أن متغير قراءة الصحف ليس هو العامل الوحيد المؤثر فى ازدياد المعارف السياسية ودعم المشاركة السياسية حيث يبرز فى هذا المجال نوعية الموضوعات المقروءة لتشكل أهمية فى قيام الصحافة بدورها فى تنمية المرأة الريفية ويتضح هذا فى عدم التعرف على الأحزاب السياسية الموجودة فى الساحة المصرية (*) إحجامهن التام عن المشاركة السياسية فى أى عمليات انتخابية فضلاً عن إيمانهن بعجز المرأة عن الوصول إلى المناصب القيادية إما نتيجة للضغوط التى يضعها المجتمع أمام المرأة وإما نتيجة عدم صلاحية المرأة من الأساس لتولى مثل هذه المناصب .

– أثبتت الدراسة فى كمشيش والزرابى وجود ارتباط ما بين قراءة الصحف والوعى بقضايا الأسرة والقرية والمجتمع حيث جاءت قضايا الإرهاب والغلاء والفقر والبطالة باعتبارها أهم المشكلات التى تواجه أسر المبحوثات كما أنها تؤثر فى القرية والمجتمع ككل . إلا أننا لا نستطيع أن نجزم بأن قراءة الصحف ، خاصة فى قرية كمشيش ، أو الموضوعات

(*) باستثناء مبحوثة واحدة فى قرية الزرابى على دراية بالأحزاب الخمسة الرئيسية وذلك نتيجة لنشاط زوجها السياسى وانضمامه لحزب الأغلبية .

المقروءة هى العامل الحاسم فى الوصول إلى الوعى بقضايا القرية والمجتمع المختلفة خاصة وأن مثل هذه المشكلات المطروحة سابقاً هى مشكلات معاشة يعانى منها غالبية أفراد الشعب المصرى سواء قارئين أم غير قارئين مما لا يعطى دلالات واضحة على تأثير قراءة الصحف.

– بينت الدراسة أن قراءة الصحف ليس لها تأثير محدد على تبنى قيم اجتماعية مواتية للتنمية أو لتحسين وضع المرأة داخل الأسرة وفى المجتمع ، فما زال النسق القيمى فى القريتين المبحوثتين (كمشيش والزرابى) له سطوة متشددة فى علاقته بالمرأة وهو الذى يفرض نوعية القيم الاجتماعية السائدة والتى يقابل الخروج عليها الإذدراء والرفض من جانب المرأة نفسها ، ذلك على الرغم من الاختلاف الحضارى بين القريتين والذى تمثل إحداهما الوجه البحرى (كمشيش) وتمثل الأخرى الوجه القبلى (الزرابى) والذى يتعامل مع المرأة بشكل أكثر صرامة .

– كشفت الدراسة عن وجود ارتباط بين قراءة الصحف وطبيعة العمل الذى تمارسه المرأة ... إلا أن هذا الارتباط لم يتضح إلا فى قرية كمشيش حيث ساعد سهولة حصول المرأة على الصحيفة بالمجان فى مكان عملها على قراءة الصحف .

٢- الراديو والتليفزيون :

– كشفت الدراسة عن وجود اختلاف واضح بين القريتين فى ضوء العينة المبحوثة فيما يتعلق بتأثير الإذاعة والتليفزيون على تنمية الوعى السياسى بين المبحوثات . ففى حين أثرت متابعة الإذاعة والتليفزيون على درجة الوعى بالحياة السياسية بين المبحوثات فى قرية الزرابى، إلا أن طبيعة البرامج المفضلة لدى المرأة فى كمشيش والتى يغلب عليها الموضوعات الاجتماعية والصحية وأشكال الدراما المختلفة وعدم التعرض التام للبرامج الإخبارية والسياسية قد ساهم فى الأمية السياسية التى تعانى منها المرأة فى قرية كمشيش.

إلا أنه اتضح التأثير الإيجابى لمتابعة المرأة للمسلسلات الدرامية فى القريتين على تبنى قيم اجتماعية إيجابية والتى تسهم بدرجة ما فى تغيير كثير من الأفكار السائدة فى الريف المصرى وأهمها المساواة بين الولد والبنت والاهتمام بتعليم الفتاة وعدم إجبارها على الزواج بمن لا توافق عليه واحترام الزوج الذى يأخذ مشورة زوجته فى مشاكل الأسرة ويساعدها فى الأعباء المنزلية ومن ثم نستطيع أن نقول أن الإذاعة والتليفزيون قد نجحا فى التأثير بدرجة كبيرة فى التنمية الاجتماعية للمرأة فى كمشيش والزرابى وإنها إلى حد ما ساهمت فى الوعى السياسى للمرأة فى الزرابى وإن كان هذا الوعى لم يصل إلى درجة المشاركة السياسية . وإن

كانت هذه النتائج ما زالت فى حاجة إلى مزيد من الدراسات التى تبحث تـأثير وسـائل الإعـلام فى تغيير بعض المفاهيم والقيم الاجتماعية والسياسية السائدة خاصة فى الريف المصـرى .

– كشفت الدراسة عن وجود ارتبـاط بين التعرض لوسـائل الإعـلام والوعـى بقضايـا الأسرة والقرية والمجتمع فى الزرابى وكمشيش وعلى الأخص تأثير الدراما والمسلسلات حيث ثبت أن تعرض المبحوثات لإحدى المسلسلات التى تعالج مشكلة الإرهاب قد أسـهم فـى بـروز خطورة هذه المشكلة لديهن كما أنهن قد طرحن من الحلول لمعالجتها بما يتفق مع الطرح الـذى قدمه المسلسل .

ثانياً – تأثير متغير التعليم فى تنمية المرأة الريفية :

١– المحور الثقافى والإعلامى :

– إتفقت القريتـان فـى عـدم وجـود ارتبـاط بيـن التعليم وقـراءة الصحـف حيـث كشـفت الدراسـة علـى إنـه لا توجـد سـوى مبحوثـة واحـدة مـن بيـن المتعلمـات فـى كـل مـن كمشـيش والزرابى منتظمة فى قراءة الصحف أما باقى المبحوثات فيقرأن الصحف بالصدفة أو لا يقرأن الصحف مطلقا .

– أثبتت الدراسة أن متغير التعليم قد أثر إلى حد ما فـى نوعيـة البـرامج الصحيـة التـى تقدم لهن التوعية الصحية وتنمى العادات الصحية السليمة فى حين أن الأميـات لا يعنيـن بمثـل تلك البرامج الثقافية ، وإن كان يلاحظ أن متغير التعليم لم يؤثر فى رفض المبحوثات فى القرية نفسها لما يقدم فى برامج المرأة حيث أن هذه البرامج لا تراعى خصوصية المرأة الريفية سواء متعلمة أو أمية فى حين أن المتعلمات فى قرية الزرابى قد أشـرن إلـى أنهـن اسـتفدن مـن هـذه البرامج خاصة فيمـا يتعلـق بتربيـة أبنـائهن وفـى الأزيـاء والتطريـز ومناقشـة مشـكلات المـرأة العاملة فى حين أن المبحوثات الأميات – باستثناء واحدة – قد أكـدن عـدم اسـتفادتهن مـن تلـك البرامج .

٢– المشاركة السياسية :

– كشفت الدراسة عن فروق واضحة بيـن القريتيـن (الزرابـى وكمشـيش) فيمـا يتعلـق بتأثير متغير التعليم على الوعى السياسى حيث اتضح عدم وجود ارتبـاط بيـن التعليـم والوعـى السياسى فى قرية كمشيش فقد اتفقت المتعلمات (*) مع الأميات فى عدم التعرف على الأحـزاب السياسية الرئيسية وانعدام المشاركة السياسـية ، كمـا أن المتعلمـات قـد اتفقـن مـع الأميـات فـى

(*) مع ملاحظة أن المتعلمات فى العينة المدروسة حاصلات على شهادات متوسطة فقط .

اختيارهن للمرشح الذى يحقق مصالح القرية ، أما فى قرية الزرابى فقد برز تأثير التعليم على الوعى والمشاركة السياسية لدى العينة المبحوثة حيث تعرفت كافة المبحوثات المتعلمات على الأحزاب السياسية ، كما اتضح ارتباط مستوى التعليم بدرجة الوعى السياسى ، فالمبحوثات الجامعيات كن أكثر إدراكا للأوضاع السياسية من الحاصلات على مؤهلات متوسطة ، كما أثر عامل التعليم على اتجاهات المبحوثات نحو المرشحين حيث أكدت المتعلمات ضرورة اختيار المرشح الأصلى بغض النظر عن العصبيات العائلية أو القروية فى حين أن المبحوثات الأميات قد تغلب لديهن التحيز للمرشحين من أبناء القرية.

إلا أن متغير التعليم لم يؤثر فى المشاركة السياسية حيث اتفقت كافة المبحوثات فى قرية الزرابى على إنهن لا يشاركن فى العملية الانتخابية سواء كن متعلمات أو أميات .

٣- *الوعى بقضايا الأسرة والمجتمع :*

اتضح تأثر التعليم القوى على الوعى بقضايا المجتمع والقرية فى كل من الزرابى وكمشيش حيث اتفقت المبحوثات المتعلمات فى تحديد أولويات القضايا التى تشغل القرية والمجتمع مثل الفقر والغلاء والإرهاب والبطالة والأمية وزيادة السكان لتشكل أبرز المشكلات التى تعانى منها القرية والمجتمع ، وإن برز اختلاف بين المبحوثات فى القريتين فيما يتعلق بالوعى بقضايا الأسرة ففى حين ركزت المتعلمات فى الزرابى على قضايا لها صبغة عامة مثل الغلاء والبطالة ، نجد أن المتعلمات فى قرية كمشيش كن أكثر انغماساً فى المشكلات الشخصية مثل ضيق المسكن والخلافات العائلية . أما الأميات فلم تنفصم مشكلاتهن الأسرية عن مشكلات القرية والمجتمع خاصة الغلاء والفقر والبطالة .

٤- *القيم والعادات الاجتماعية :*

- كشفت الدراسة فى كمشيش والزرابى عن عدم وجود ارتباط بين التعليم وتغيير القيم الاجتماعية السائدة خاصة ما يتعلق بالوضع المميز للزوج ، هذا الوضع الذى تدعمه المرأة نفسها وتحرص عليه ، وإن كان اتضح أن للتعليم تأثير فى قيم وعادات أخرى من أهمها تعليم الفتاة ، حيث كانت المتعلمات فى قرية كمشيش أكثر حرصاً فى تأكيد أهمية تعليم الفتاة والذى يأتى قبل الزواج وعلى المساواة بين الولد والبنت فى المعاملة والتعليم ، فى حين كانت المتعلمات (الجامعيات) فى قرية الزرابى أكثر تأكيداً على ضرورة أن تختار الفتاة زوجها دون ضغوط .

- اتضح تأثير التعليم على احترام قيمة عمل المرأة حيث أشارت كافة المبحوثات الجامعيات فى قرية الزرابى إلى ضرورة عمل المرأة بغض النظر عن وضع الزوج المادى، أما فى قرية كمشيش فكافة الحالات - باستثناء واحدة - يمارسن أعمالاً خارج المنزل ، إلا أن المتعلمات نظرن إلى العمل باعتباره وسيلة لتحقيق الذات والشعور بالمسئولية فى حين أن الأميات اعتبرن العمل وسيلة فقط لتحسين الأوضاع المادية للأسرة .

٥- *مكانة المرأة والإناث داخل الأسرة :*

- كشفت الدراسة عن عدم وجود ارتباط ذو دلالة بين التعليم ووضع المرأة داخل الأسرة خاصة فى قرية كمشيش حيث تمارس المرأة (الأمية والمتعلمة) حريتها فى الأنفاق داخل الأسرة واتخاذ القرارات الخاصة بتعليم الأبناء وتربيتهم وتشاور الزوج معها فى كثير من المشكلات التى تعترضه ، كما أن القيود التى تفرض على الزوجة من قبل الزوج تتم بموافقة الزوجة تتم بموافقة الزوجة ورضاها التام سواء كانت متعلمة أم أمية ، أما فى قرية الزرابى حيث تؤثر التقاليد العتيقة على مكانة المرأة والإناث داخل الأسرة ، لم يكن للتعليم أثر سوى أن الزوج يأخذ رأى زوجته الجامعية فى بعض المشكلات التى تواجهه فى العمل، إلا أنه بصفة عامة فإن سن الزوجة وعدد سنوات الزواج ووضعها كحماة لإبنة وابن، كل ذلك له تأثيره على وضعها داخل الأسرة بغض النظر عن معيار التعليم .

٦- *البعد الاجتماعي للأسرة :*

- كشفت الدراسة فى الزرابى عن وجود ارتباط بين تعليم الأم وتعلم المبحوثات وحصولهن على الشهادات الجامعية أو المتوسطة ، فى حين أن المبحوثات الأميات كلهن كانت أمهاتهن أميات وهو ما يعطى مؤشراً على أن الأم المتعلمة تحرص على تعليم إبنتها أما فى قرية كمشيش فلم يتضح هذا الارتباط حيث أن كافة أمهات المبحوثات (أميات ومتعلمات) هن من الأميات ، وقد شهدت القرية المصرية تطوراً كبيراً إزاء بروز قيمة تعليم الفتاة حيث كانت غالبية أمهات المبحوثات يرين أن التعليم مهم للإبن الذكر فقط وربطت بعضهن بين تعليم الفتاة وتوفر الإمكانيات الاقتصادية فى حين أن كافة المبحوثات قد اتفقن على ضرورة تعليم الفتاة وبالفعل فإنهن جميعاً قد ألحقن بناتهن بالمدارس .

ثالثاً – تأثير متغير العمل فى تنمية المرأة الريفية :

١ – المحور الثقافى والإعلامى :

– كشفت الدراسة فى قريتى الزرابى وكمشيش عن عدم وجود ارتباط بين خروج المرأة للعمل وبين الانتظام فى قراءة الصحف ، وإن كان يتضح أن نوعية العمل الذى تمارسه المرأة قد يؤثر فى الإقبال على قراءة الصحف خاصة ممن يعملن فى مهنة التدريس والتى تحتاج منهن لمتابعة الأحداث فضلاً عن توفر صحف بالمجان فى المدراس مما يسهل عملية الحصول عليها ، خاصة وإن كل من الزرابى وكمشيش تخلوان من منفذ لبيع الصحف.

– أوضحت الدراسة أيضاً وجود ارتباط ما بين خروج المرأة للعمل وبين فترات الاستماع أو المشاهدة للإذاعة والتليفزيون حيث تتركز فى فترتى الصباح الباكر (الراديو) والفترة المسائية بعد انتهائهن من أعمالهن ، كما أوضحت الدراسة فى القريتين عن عدم وجود ارتباط بين الخروج للعمل ونوعيته وبين تفضيلات المرأة لبرامج إذاعية وتليفزيونية معينة .

٢– المشاركة السياسية :

– بينت الدراسة وجود تناقض واضح فيما يتعلق بتأثير العمل على الوعى السياسى والمشاركة السياسية فى كل من الزرابى وكمشيش ، ففى حين اتضح أن خروج المرأة للعمل فى قرية الزرابى يزيد وعيها السياسى وإن كان لم يؤثر فى الوقت نفسه فى المشاركة السياسية، إلا أنه فى حالة المرأة فى كمشيش فإن العمل لم يؤثر مطلقاً فى وعى المرأة السياسى وبالتالى ليس له أى تأثير فى المشاركة السياسية .

٣– مصادر دخل الأسرة ومكانة الزوجة :

– أثر عمل المرأة بشكل قوى فى مصادر دخل الأسرة فى قريتى الزرابى وكمشيش حيث أن المبحوثات اللاتى يمارسن عملاً خارج المنزل ويحصلن على أجر نظير هذا العمل يشاركن فى مصروفات المنزل وشراء احتياجاتهن الخاصة وبعض حاجات الأبناء .

– يلاحظ وجود ارتباط بين عنصر العمل ومكانة الزوجة والبنات داخل الأسرة فى قرية الزرابى ، حيث أن المرأة العاملة والتى تساهم بقدر ما فى دخل الأسرة لها حرية أكبر فى

الحركة من المرأة القابعة فى المنزل التى ليس لديها دخل خاص ، أما فى قرية كمشيش فإن كافة الحالات – باستثناء واحدة – يعملن ولديهن دخل خاص مما يشير إلى وجود ارتباط بين ممارستهن للعمل وبين المكانة التى يتمتعن بها داخل الأسرة ، أما الحالة المستثناة والتى لا تعمل فيلاحظ أنها هى الأخرى لها مكانة كبيرة داخل أسرتها والتى يمكن أن تعود إلى كبر سن الزوجة وطول فترة الزواج والتى زادت عن ٢٣ عاماً مما يجعل للزوجة وضع مميز لدى الزوج والأبناء .

الفصل السابع..

نتائج التحليل المقارن

بين الريف والحضر

أولاً – خصائص العينة :

– أجريت الدراسة فى قرية كمشيش وفى حى مصر القديمة الممثل للحضر على ثمانية حالات فى كل منهما ، فى حين تم إجراء الدراسة على عشرة سيدات من قرية الزرابى .

– إتفقت أعمار السيدات فى كمشيش والزرابى حيث تراوحت فى كمشيش بين ٥٠عاماً و ٣٥ عاماً . أما فى قرية الزرابى فقد تراوحت أعمارهن بين ٢٣ عاماً و ٥٧ عاماً ومن ثم فإن النساء فى القريتين مثلن سن الشباب والنضج . أما فى مصر القديمة فقد تراوحت أعمار السيدات التى أجريت عليهن دراسة الحالة بين ٢٣ عاماً و ٦٠ عاماً .

– إختلفت أوضاع المبحوثات فى القريتين الزرابى وكمشيش من الناحية التعليمية حيث أختير خمسة سيدات أميات وثلاثة حاصلات على مؤهلات متوسطة فى قرية كمشيش ، أما فى قرية الزرابى فقد أختير ثلاثة أميات وثلاثة حاصلات على شهادة محو الأمية مما يتيح لها معرفة القراءة والكتابة . أما فى الحضر الممثل فى حى مصر القديمة فقد أختيرت العينة على أساس أربعة سيدات أميات إثنان حاصلات على شهادات متوسطة وإثنان حاصلات على مؤهل جامعى .

– تتضح قسوة التقاليد الإجتماعية فى قرية الزرابى والتى تعوق خروج المرأة للعمل وذلك بالمقارنة بقرية كمشيش خاصة بين النساء المتقدمات فى السن . حيث إتضح أن نصف عدد السيدات المبحوثات فى قرية الزرابى لا يمارسن أعمالاً خارج المنزل فى حين لا توجد سوى سيدة واحدة بين المبحوثات فى قرية كمشيش لا تخرج للعمل خارج منزلها. أما فى حى مصر القديمة فجاءت خمسة حالات يعملن خارج المنزل فى مهن مختلفة منها مراقبة حسابات بإحدى البنوك ومدرسة فى المرحلة الإعدادية ومربية أطفال فى إحدى الملاجئ ، وخادمة وبائعة قماش أما السيدات اللاتى لا يعملن فيرجع ذلك إلى مرض إحداهن مما يجعلها عاجزة عن الحركة أما الثانية فرغم حصولها على شهادة متوسطة إلا أنها عجزت عن الحصول على وظيفة مناسبة أما فى الحالة الأخيرة فيرجع عزوفها عن العمل إلى رعاية الزوج والأولاد رغم حصولها على شهادة متوسطة هى الأخرى .

– تختلف نوعية العمل الذى تمارسه النساء فى كل من الريف والحضر حيث تركز فى كمشيش والزرابى فى زراعة الأرض وفى التجارة وفى التدريس نجد فى الحضر قد تنوع ليشمل العمل فى القطاع الحكومى المنتظم خاصة بين المتعلمات أما غير المتعلمات فيعملن فى قطاع غير رسمى بما يحوطه من إشكاليات تتعلق بأوضاع العمل وظروفه والإفتقاد إلى الضمانات الحقيقية لعلاقات عمل مستمرة .

- إختلفت العينة من حيث الحالة الإجتماعية للمبحوثات ، فنجد تنوعها فى الزرابى وحى مصر القديمة ما بين زوجات وآنسات وأرامل فى حين جاءت كافة الحالات المدروسة فى كمشيش من بين المتزوجات .

- برز تأثير العادات الإجتماعية فى القريتين (قبلى وبحرى) على الإستقلالية فى المسكن ففى قرى الصعيد ما زال النمط الغالب هو المعيشة داخل الأسر الكبيرة حيث وجد أن ثلاثة فقط من المبحوثات يتمتعن بسكن مستقل أما الباقيات فيعشن إما مع أهل الزوج أو مع الأبناء المتزوجين فضلاً عن وجود ثلاث حالات غير متزوجات يقمن بالضرورة مع الأهل فى حين أن من بين الحالات الثمانية المدروسة فى قرية كمشيش يقمن فى سكن خاص بهن . بالطبع نجد أن الإستقلالية فى المسكن بالنسبة للمرأة الحضرية تعد أحد سماتها الأساسية حيث تكاد تختفى صورة الأسرة الكبيرة التى تضم عدة أجيال من على الخريطة الإجتماعية للمدينة.

ثانياً - تحليل البيانات الخاصة بالمستوى الإجتماعى والإقتصادى فى الأسرة :

- كشفت الدراسة عن الإتفاق بين نساء الريف والحضر فيما يتعلق بإعلاء قيمة التعليم يتساوى فى ذلك الذكور والإناث ، فالتعليم وسيلة للخروج عن دائرة العوز الإقتصادى كما أنه أحد أهم مقومات التنوير وتحسين البيئة الإجتماعية . كما إتضح أن الحرص على تعليم الأبناء لا يرتبط بشكل جوهرى بتعليم الأب أو تعليم الام . فالتعليم أصبح قيمة هامة فى حياة الأسر الريفية والحضرية سواء كانوا أميين أو متعلمين ومن ثم فقد أكدت الدراسة أنه لا يوجد إرتباط بين المستوى الإقتصادى للأسرة وبين حرص الأم الأمية على أن تستكمل إبنتها المراحل التعليمية المختلفة حتى تنتهى من المرحلة الجامعية ، فالأم الأمية ذات الدخل المنخفض سواء فى الريف أو فى الحضر ترى أنه يكفى أن يصل الأبناء (خاصة البنات) إلى مرحلة التعليم المتوسط والتى تنتهى بالحصول على شهادة متوسطة حيث تشكل الدراسة الجامعية عبئاً مادياً ترى إنها لن تستطيع أن تتحمله .

- كشفت الدراسة أن العامل الأساسى فى الإرتفاع النسبى فى المستوى الإقتصادى لبعض الأسر المدروسة فى قرية كمشيش يرجع فى الأساس إلى عمل الزوج أو الإبن فى إحدى الدول العربية ، وقد ظهر هذا واضحاً فى حالة المسكن وما به من أدوات كهربائية معمرة ، كما أن إمتلاك الأسرة لأرض زراعية وفر لها مستوى مادى معقول وذلك بالمقارنة بالأسر الأخرى التى لا تمتلك حيازة الأرض الزراعية فى المقام الأول ثم العمل فى التجارة وبينت الدراسة عن إهتمام عدة أسر فى الريف بحيازة الأجهزة المعمرة والتى كانت قلما تتواجد فى الريف المصرى ، فضلاً عن الثلاجة والتليفزيون والغسالة ظهرت المكنسة الكهربائية والخلاط والبوتجاز والمروحة وغيرها مما يعكس تأثير الهجرة المؤقتة للعمل فى

البلدان العربية وهو ما كان أكثر وضوحا فى قرية كمشيش أو فى حى مصر القديمة والذى يمثل عينة الحضر فقد لوحظ أن العمل خاصة الرسمى منه هو المصدر الأساسى للدخل حيث أن غالبية الأسر لا تمتلك أى حيازة خاصة سوى أراضى زراعية أو عقارات .. كما لوحظ أنه على الرغم من تدنى مستوى معيشة عديد من الأسر الريفية فى الريف المصرى إلا أن قيمة التضامن الإجتماعى فى القرية تحول دون معايشة الفقر بنفس المعاناة التى تعيشها الأسر الفقيرة فى المدينة كما إتضح فى الحالات المدروسة .. كما لوحظ أن إحترام الزوج والمحافظة على القيم التقليدية للأسرة المصرية ما زال ثابتاً فى الريف بالمقارنة بالمدينة حيث تعرفنا على بعض الحالات فى المدينة التى تتعرض فيها الزوجة للمعاملة المتدنية من الزوج أو الأخ سواء بالضرب أو السب فى حين أن هذه الصورة أصبحت شبه منعدمة فى القرية حيث تسود علاقة زوجية يغلب عليها الإحترام المتبادل فى ضوء تحديد الأدوار وتقبل كل طرف للحدود التى يفرضها هذا الدور .

ثالثاً – الجوانب الإعلامية والثقافية :

– كشفت دراسة الحالة فى قرية كمشيش والزرابى عن تدنى نسبة قراءة الصحف بين السيدات وإتفقت القريتان فى الأسباب المؤدية إلى ذلك ومن أهمها الأمية وعدم وجود منافذ لبيع الصحف بين السيدات وإتفقت القريتان فى الأسباب المؤدية إلى ذلك ومن أهمها الأمية وعدم وجود منافذ لبيع الصحف فى القريتين فضلاً عن تأثير المستوى الإقتصادى والذى يجعل من شراء الصحيفة عبئاً مادياً قد لا يقدر عليه الكثيرون . أما فى مصر القديمة فقد لوحظ أن كافة المتعلمات سواء تعليم متوسط أو تعليم جامعى يحرصن على شراء أكثر من صحيفة كما يقبلن على قراءة المجلات .. وعلى الرغم من وجود إحدى الحالات بينهم تعانى من ظروف مادية قاسية إلا أنها تداوم على قراءة الصحف بصورة منتظمة عند إحدى قريباتها . مما يؤكد إزدياد الوعى بأهمية القراء فى المدينة أكثر منه فى الريف وساعد على ذلك بالطبع سهولة الحصول على الصحيفة حيث تتعدد منافذ البيع .

– كشفت الدراسة عن وجود إختلاف بين القرية والمدينة فيما يتعلق بتأثير التعليم على تفضيلات القراءة بين المبحوثات المتعلمات ، حيث إحتلت جريدة الأخبار الترتيب الأول بين الحاصلات على الشهادات المتوسطة وأقل فى كمشيش والزرابى وجاءت الأهرام، الصحيفة الأولى المفضلة لدى الحاصلات على شهادات جامعية عليا . إلا أن هذه التفضيلات لم ترتبط بمستوى التعليم فى المدينة حيث لوحظ أن الحاصلات على شهادات متوسطة بين الحالات المدروسة فى مصر القديمة يحرصن على قراءة الأهرام بنفس الدرجة التى تحرص بها الحاصلات على شهادات جامعية ، مما يجعل الأهرام هى الصحيفة المفضلة لدى عينة من المتعلمات فى المدينة .

- أثبتت الدراسة فى القريتين تأثير مستوى التعليم على نوعية الموضوعات المقروءة. فجاءت الموضوعات الخفيفة مثل الفن والحوادث والموضوعات ذات الصبغة الإجتماعية فى مقدمة المواد المفضل قراءتها بين المبحوثات الحاصلات على شهادات متوسطة فى حين أن الحاصلات على شهادات جامعية يفضلن قراءة الموضوعات السياسية والثقافية ، أما بالنسبة للمدينة فيلاحظ إنتقاء هذا الإرتباط بين نوعية التعليم والموضوعات المقروءة حيث أكدت جميع المتعلمات على تفضيل قراءة الأخبار السياسية فى الصفحة الأولى فى جريدة الأهرام والإهتمام بقراءة القضايا التى تهم المرأة فضلاً عن قراءة الحوادث والموضوعات الصحية خاصة ما يتعلق منها بالأطفال وكيفية العناية الصحية بهم فضلاً عن باب عبد الوهاب مطاوع فى الأهرام الذى يتعرض للمشكلات الإجتماعية وهكذا إتضح عدم وجود دلالة بين المواد المقروءة وبين مستوى التعليم فى العينة الممثلة لحى مصر القديمة .

- كشفت الدراسة عن زيادة إقبال المرأة فى المدينة على متابعة المجلات سواء عامة أو متخصصة حيث جاءت مجلة الشباب فى الترتيب الأول ثم حواء وحريتى ، كما أكدت المتعلمات فى حى مصر القديمة على حرصهن على متابعة عروض الأزياء التى تأتى فى حواء ونصف الدنيا . وهو ما لاتهتم به إطلاقاً المرأة الريفية حيث أن مثل هذه الأزياء وإن كان بعضها يصلح للمرأة فى المدينة إلا أنه لا يناسب المرأة الريفية على الإطلاق .

- يلاحظ أيضاً وجود إختلاف واضح بين عينة القرى وعينة الحضر فيما يتعلق بإتجاتهم نحو الموضوعات والصفحات الموجهة للمرأة فى الصحف المصرية فبينما إتفقت المبحوثات فى كمشيش والزرابى على رفضهن لما يعرض فى هذه الصفحات وعدم إهتمامهن بقراءتها نجد أن المرأة فى المدينة كما أثبتت الدراسة تحرص على متابعتها حيث يرين أن هذه الصفحات تناقش كثير من الموضوعات التى تهم المرأة وترفع من مستوى وعيها بعدة قضايا كما أنها تساعدها فى حل عديد من المشكلات التى تواجهها ذلك على الرغم من تأكيدهن على أن هذه الصفحات تركز فى الغالب على قضايا المرأة فى الأحياء الفقيرة .. وبصفة عامة يؤكد لك ما سبق أن كشفت عنه دراسة الحالة فى القرى من أن الموضوعات الموجهة للمرأة فى الصحافة المصرية تركز على المرأة الحضرية ذات المستوى الثقافى والإجتماعى المرتفع وتغفل مناقشة قضايا وهموم المرأة ويزيد على ذلك قضايا المرأة البسيطة سواء فى الريف أو الحضر .

- كشفت الدراسة سواء فى القرى أو الحضر عن إمتلاك كافة الحالات لأجهزة الراديو - بإستثناء حالة واحدة فى قرية الزرابى - وذلك نتيجة لوضعها الإقتصادى والإجتماعى المتدنى .

- جاء الإستماع إلى القرآن الكريم فى مقدمة المواد الإذاعية التى تفضل المبحوثات فى القريتين الإستماع إليها .

- إتفقت المبحوثات سواء فى الريف أو الحضر على تفضيل برنامج إلى ربات البيوت وإن إختلفن حول بقية البرامج حيث أكدت نساء الريف على متابعة برنامج على الناصية وبعض البرامج الصحية وجاء برنامج لو كنت مكانى لضياء الدين بيبرس فى مقدمة البرامج المفضلة لدى نساء المدينة وهو البرنامج الذى يناقش إحدى المشكلات الإجتماعية خاصة بين النساء وفى حين أن نشرات الأخبار وغيرها من البرامج السياسية لا تجد إقبالاً من نساء الريف نجد أن العينة الممثلة للحضر تحرص على متابعة نشرات الأخبار للتعرف على اهم الأحداث .

- أوضحت الدراسة أنه بإستثناء برنامج ربات البيوت فإن المبحوثات سواء فى الريف أو الحضر لا يتابعن برامج إذاعية أخرى موجهة للمرأة ، كما أنهن لا يعلمن موعد إذاعتها .

بينت الدراسة أنه بإستثناء ثلاث حالات توجد إحداها فى الزرابى والاخرى فى كمشيش والأخيرة فى مصر القديمة فإن باقى المبحوثات فى الريف والحضر يمتلكن أجهزة تليفزيون وإن كان الغالب عليها الأبيض والأسود . وإحتلت فترة المساء ذروة المشاهدة بين المبحوثات فى الريف والحضر بين النساء العاملات .. أما الحالات التى لا تمارس عملاً خارج المنزل خاصة فى مصر القديمة فإنهن يحرصن على مشاهدة برنامج صباح الخير يا مصر فى الفترة الصباحية .

- أثبتت الدراسة وجود فروق واضحة بين الريف والمدينة فى الإعتماد على وسائل الإعلام فى الحصول على المعلومات ومعايشة الأحداث ففى حى مصر القديمة أكدت المبحوثات خاصة الأميات أنهن يحرصن على معرفة الأخبار والأحداث المهمة من خلال الإستماع إلى نشرات التليفزيون . فى حين أن غالبية المبحوثات فى الريف أنكرن إعتمادهن على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حيث يحتل هذه المكانة الأهل والجيران وهو ما تفتقده الحياة فى المدينة والتى يسودها قدر كبير من الفردية والإبتعاد عن الأهل والجيران . وويلاحظ إتفاق كافة المبحوثات فى الريف على تفضيلهن مشاهدة الأعمال الدرامية خاصة الافلام العربية والمسلسلات التليفزيونية . وقد إتفقت كافة المبحوثات سواء فى الريف أو الحضر على تفضيلهن للأفلام القديمة حيث يسودها طابع الرومانسية كما أنها تعبر عن الحياة الواقعية التى يعيشها الإنسان البسيط فضلاً عن خلوها من الألفاظ والمشاهد الخارجة التى تجرح أفراد الأسرة وتثير فضول الأبناء ، أما تفضيلات المسلسلات فقد إختلفت بين الريف والحضر فقد

إختارت المبحوثات فى كمشيش والزرابى (العائلة) وذئـاب الجبـل كـأفضل أعمـال لمـا يثيره الأول من خطورة الإرهاب ولما يتعرض له الثانى مـن مشكلات إجتماعيـة تسـود فـى الريـف المصرى خاصة فى الصعيد أما فى المدينة فقد جاءت مسلسلات ليالى الحلمية والمال والبنـون والفرسان كأفضل أعمال تليفزيونية فضلاً عن إختيار البعض لمسسل ذئاب الجبل .

– أكدت غالبيـة المبحوثـات فـى الزرابـى وكمشيش رفضهـن لمـا يقـدم فـى الـبرامج المخصصة للمرأة فى التليفزيون حيث أن ما يعرض فيها من فنون الديكور والإتيكيت والأزياء والطعام لا يتلاءم مع عاداتهم أو مستوياتهم الإقتصادية .. إلا أن قلة من المبحوثات خاصة فـى الزرابى ذكرن أنهن يستفدن من بعض هذه البرامج خاصة ما يتعلق بتربية الأبناء والتفضيل[*]. أما المرأة فى الحضر فيلاحظ أنهن أكثر متابعة لبرامج المرأة .

– يلاحظ أن برنامج كلام من دهب يحتل مكانة كبيرة لـدى المـرأة فـى لحضـر خاصـة فى المستويات المتدنية إقتصادياً وإجتماعياً لما يمثله لديهن من أمل فى وصـول البرنـامج إليهـم وتقديم مسـاعدات ماديـة لهـن . كمـا لوحـظ أن المـرأة ذات المسـتوى الإجتمـاعى والإقتصـادى المتوسط تحرص على متابعة برنامج حياتى [**] حيث يعطى المرأة دروساً وخبرات جديدة فى التعامل مع المشاكل التى تواجهها المرأة " .. وهـو مـا يعطـى إنطبـاع للباحثـة بـأن المـرأة فـى المدينة أقل إحساساً بالأمان فى علاقتها بزوجها من المرأة الريفية يتضح ذلك بدرجة أو باخرى بحرصهن على متابعة البرامج الإذاعية أو التليفزيونية التى تتعرض للمشكلات المتعلقة بخيانـة الزوج أو غدره أو الطلاق وغيرها . وهى من الموضوعات التى لوحظ تجاهل المـراة الريفيـة لها تماماً .

– أوضحت الدراسة اتفاق غالبية المبحوثات فى الريف والحضر على رفضهن لما يقدم من إعلانات تليفزيونية لما تسببه من تضييع للوقت كما أنها تسبب مشاكل مع الأولاد إما بسبب تقليد الإعلانات أو بسبب مطالبتهم لاسرهم بشراء بعض مـا يعلـن عنـه ، وإن كـان يلاحـظ أن نساء الحضر خاصة فى الأوساط الفقيرة يحرصن على متابعة الإعلانات التى تقدم جوائز[***].

– بصفة عامة اتفقت المبحوثات فى أن التليفزيون لا يعبر عن المرأة الفقيرة وإنه يتوجه للنساء من الطبقات المتوسطة والغنية .

---

[*] تعمل المبحوثة بالخياطة .

[**] يعرض البرنامج مشكلة فى الغالب لإمرأة تتعرض لمشكلات إجتماعية خاصة بالزواج أو حضانة الأطفال .

[***] إعلانات ابريال .

المقارنة بين نتائج المستوى التحليلى الثانى بين الريف والحضر

أولاً – تأثير وسائل الإعلام فى تنمية المرأة فى الريف والحضر :

١ – الصحف :

أثبتت دراسة الحالة الاتفاق فى عدد قارئات الصحف فى كمشيش والزرابى والذى لم يزد عن اثنتين فى كل منهما وذلك على الرغم من الاختلاف فى المستوى التعليمى للعينة فى كل قرية . أما فى الحضر فإن كافة المتعلمات فى العينة يقرأن الصحف بانتظام وهو ما يعكس اهتمام المرأة فى المدينة بالصحيفة كوسيلة هامة للحصول على المعلومات وذلك بالمقارنة بالريف .

كما لوحظ ارتباط المستوى التعليمى بقراءة صحيفة معينة فالحاصلات على شهادات متوسطة فى القريتين يفضلن جريدة الأخبار والتى تصنف ضمن الصحف الشعبية أما الحاصلات على مؤهلات عليا فيقبلن على قراءة الأهرام ، الجريدة التى تتسم بالمحافظة ، فى حين أن متغير التعليم لم يكن له تأثير على نوعية الصحيفة المفضلة لدى عينة الحضر . كما أنه يلاحظ أن إقبال المبحوثات فى القريتين على قراءة الموضوعات الخفيفة وعدم التعرض للموضوعات السياسية أو الثقافية الجادة كان له تأثيره الواضح فى انعدام الوعى السياسى بين غالبية المبحوثات القارئات للصحف ، مما يؤكد أن متغير قراءة الصحف ليس هو العامل الوحيد المؤثر فى ازدياد المعارف السياسية ودعم المشاركة السياسية حيث يبرز فى هذا المجال نوعية الموضوعات المقروءة لتشكل أهمية فى قيام الصحافة بدورها فى تنمية المرأة الريفية ويتضح هذا فى عدم التعرف على الأحزاب السياسية (*) ، وإحجامهن التام عن المشاركة السياسية فى أية عمليات انتخابية فضلاً عن إيمانهن بعجز المرأة عن الوصول إلى المناصب القيادية ، إما نتيجة للقيود والضغوط التى يمارسها المجتمع ضد المرأة وإما نتيجة عدم صلاحية المرأة من الأساس لتولى مثل هذه المناصب . أما النساء فى الحضر القارئات للصحف فيلاحظ أنه على الرغم من عدم إقبالهن على المشاركة السياسية والتصويت فى

(*) باستثناء مبحوثة واحدة فى قرية الزرابى وذلك لنشاط زوجها السياسى ومزاولته العمل الحزبى من خلال انضمامه لحزب الاغلبية (الحزب الوطنى الديمقراطى) .

الانتخابات إلا أن ذلك يأتى نتيجة رفض واعى لما أسموه المهازل الانتخابية والتزوير الذى يسود العمليات الانتخابية . كما أنـه يلاحظ أن نساء الحضر أكثر إيمانـا بقدرات المرأة فى الوصول إلى أعلى المناصب وتأكيدهن على أنهن يتمنين وجود امرأة مرشحة للانتخاب فى المجلس النيابى لإعطاءها أصواتهن لإنها الأقدر على فهم مشاكلتهن .. وإن كان يلاحظ أن متغير قراءة الصحف ليس هو السبب فى الوصول إلى هذه القناعة حيث تشارك عديد من الأميات فى هذا الرأى .

– أثبتت الدراسة فى كمشيش والزرابى عن وجود ارتباط ما بين قراءة الصحف والوعى بقضايا الأسرة والقرية والمجتمع حيث جاءت قضايا الإرهاب والغلاء والفقر والبطالة لتمثل أهم المشكلات التى تواجه أسر المبحوثات فضلاً عن تأثيرها على القرية والمجتمع ككل. إلا أننا نلاحظ أن قضية إدمان الشباب للمخدرات تأتى فى مقدمة قضايا المجتمع التى ترى المرأة فى المدينة أنها تؤثر على أسرتها وعلى المجتمع ككل فضلاً عن مشكلات الإرهاب والغلاء والبطالة والأمية وهو ما يعكس أن قضية مثل الإدمان تتواجد فى المدينة وتثير خوف النساء على أبناءهن فى حين أنها تختفى من خريطة القرية المصرية التى ما زالت تتمسك بعديد من القيم والتى تحول دون انحراف الشباب إلى حد ما خاصة فيما يتعلق بإدمان المخدرات . كما أنه يلاحظ أن أبرز مشكلات الحى فى الحضر تتركز فى العلاقات السيئة بين الجيران والمشاحنات والعنف الذى يسود علاقات الجيرة فى حين أن القرية المصرية تتسم بعلاقات جوار يسودها الود والاحترام والمجاملات .

إلا أنه بصفة عامة لا نستطيع أن نجزم بأن قراءة الصحف خاصة فى قرية كمشيش (فى ضوء الموضوعات التى تقرأها العينة) هى العامل الحاسم فى الوصول إلى الوعى بقضايا القرية والمجتمع المختلفة خاصة وأن معظم هذه المشكلات المطروحة سابقاً هى مشكلات معاشة يعانى منها غالبية أفراد الشعب المصرى سواء قارئين للصحف أم غير قارئين مما لا يعطى دلالات واضحة على تأثير قراءة الصحف .

– كشفت الدراسة أن قراءة الصحف ليس لها تأثير محدد على تبنى قيم اجتماعية مواتية للتنمية أو لتحسين وضع المرأة داخل الأسرة وفى المجتمع ، خاصة فى الريف المصرى ، فما زال النسق القيمى فى القريتين المبحوثتين (كمشيش والزرابى) فى علاقته بالمرأة يفرض نوعية من القيم التى يقابل الخروج عليها بالازدراء والرفض من جانب المرأة نفسها ذلك على الرغم من الاختلاف الحضارى بين القريتين والتى تمثل إحداها الوجه البحرى وتمثل الأخرى

الوجه القبلى والأكثر تشدداً وتزمتاً فى التعامل مع المرأة أما المـرأة فـى الحضـر فيلاحظ أنهـا أكثر انفتاحاً وأكثر قدرة على التعامل مع الواقع المجتمعى الذى تعيشه والذى يوفر لهـا فرصـة أفضل لتنمية قدراتها من خلال تغيير كثير من القيم التى تعوق حركة المرأة خاصة قيمة العمـل والمشاركة . وإن كان من الصعب الربط بين ذلك التغيير وبين قراءة الصحف .

– كشفت الدراسة عن وجود ارتباط بين قـراءة الصحف وطبيعـة العمـل الـذى تمارسـه المرأة ، إلا أن هذا الارتباط لم يتضح إلا فى قرية كمشيش حيث ساعد سهولة حصـول المـرأة على الصحيفة وبالمجان فى مكان عملها على قراءة الصحيفة .

٢- الراديو والتليفزيون :

– كشفت الدراسة عن وجود اختلاف واضح بين القريتين فى ضوء العينة المبحوثة فيما يتعلق بتأثير الإذاعة والتليفزيون على تنمية الوعى السياسى بين المبحوثات . ففى حيـن أثـرت متابعـة الراديـو والتليفزيـون علـى درجـة الوعـى بالحيـاة السياسـية بيـن المبحوثـات فـى قريـة الزرابى، نجد أن المرأة فى كمشيش لـم يكـن للإذاعـة والتليفزيـون هـذا التـأثير عليهـا، فالأميـة السياسية التى تعانى منها إنما ترجع إلى طبيعة الـبرامج المفضلـة لـدى المـرأة فـى تلـك القريـة والتى يغلب عليها الموضوعات الاجتماعية والصحية وأشكال الدراما المختلفة مع إهمال متابعة البـرامج الإخباريـة والسياسية . أمـا المـرأة فـى الحضـر فيلاحـظ أن اهتمـام أفـراد العينـة فـى غالبيتهم بمتابعة نشرات الأخبار وبعض البرامج الثقافية قد أثر فى وعيهم السياسى إلـى درجـة كبيرة .

– اتضح من الدراسة وجود تاثير إيجابى لمتابعة المرأة للمسلسلات الدرامية فى الريـف والحضر فى تبنى قيم اجتماعية إيجابية والتـى تسـهم بدرجـة مـا فـى تغيـير كثـير مـن الأفكـار السائدة حول وضع المرأة ومكانتها فى الأسرة وأهمها التأكيد على أهمية عمل المرأة وضـرورة تعليم الفتاة وحقها فى اختيار زوجها واحترام الـزوج الـذى يسـاعد زوجتـه فـى أعمـال المـنزل وشراء احتياجاته ومن ثم نستطيع أن نقول أن الإذاعة والتليفزيون قد ساهمت فى التأثير بدرجة كبيرة فى التنمية الاجتماعية للمرأة خاصة الريفية والمرأة البسيطة فى الاحياء الشعبية .

– كشفت الدراسة عن وجـود ارتبـاط بيـن التعـرض لوسـائل الإعـلام والوعـى بقضايـا الأسرة والقرية والمجتمع وعلى الاخص تأثير المسلسلات فيلاحظ على سبيل المثال أن الوعـى

بخطورة الإرهاب قد ارتبط بدرجة كبيرة واضحة بمشاهدة مسلسل العائلة كما أن المبحوثات طرحن من الحلول لمعالجة تلك المشكلة بما يتفق مع الطرح الذى قدمه المسلسل .

ثانياً – تأثير متغير التعليم فى تنمية المرأة فى الريف والحضر :

١- المحور الثقافى والإعلامى :

– اتفقت القريتان فى عدم وجود ارتباط بين التعليم وقراءة الصحف حيث كشفت الدراسة انه لا توجد سوى مبحوثة واحدة من بين المتعلمات فى كمشيش والزرابى منتظمة فى قراءة الصحف أما باقى المبحوثات فيقرأن الصحف بالصدفة أو لا يقرأون الصحف مطلقا. أما فى الحضر فقد أوضحت الدراسة وجود ارتباط قوى بين التعليم وقراءة الصحف حيث أن كافة المتعلمات فى العينة المدروسة قارئات منتظمات للصحف سواء كن حاصلات على شهادات متوسطة أو شهادات جامعية عليا ، بل وقد أوضحت الدراسة إن إحداهن ونتيجة لظروفها الاقتصادية لا تستطيع شراء الصحيفة إلا أن ذلك لم يمنعها من الحرص على قراءة الصحف بشكل منتظم عند إحدى قريباتها .

– أثبتت الدراسة أن متغير التعليم قد أثر إلى حد ما على نوعية البرامج المفضلة فى الإذاعة والتليفزيون سواء فى الريف أو فى الحضر حيث تشاهد المتعلمات فى قرية كمشيش البرامج الصحية والتى تقدم لهن التوعية الصحية وتنمى العادات الصحية السليمة فى حين أن الأميات لا يعنين بمثل تلك البرامج الثقافية ، وإن كان يلاحظ أن متغير التعليم لم يؤثر فى رفض المبحوثات فى القرية نفسها لماغ يقدم من برامج ، حيث أن هذه البرامج لا تراعى خصوصية المراة الريفية سواء كانت متعلمة أم أمية ، أما المتعلمات فى قرية ازرابى فقد أكدن أنهن يستفدن من هذه البرامج خاصة فيما يتعلق بتربية أبنائهن وفى الأزياء والتطريز ومناقشة مشكلات المرأة العاملة فى حين أن المبحوثات الأميات – باستثناء واحدة – قد أكدن عدم استفادتهن من تلك البرامج أما المرأة المتعلمة فى الحضر فهى أكثر حرصاً على متابعة عروض الأزياء التى تقدم فى برامج المرأة كما أنهن يشاهدن طريقة إعداد بعض أصناف من الطعام والحلويات ، وإن كنا نلاحظ أن الأميات والمتعلمات حريصات على متابعة البرامج الإخبارية فى التليفزيون ، وإن كانت المتعلمات رغم متابعتهن لبرامج المرأة إلا انهن لديهن ملاحظات عديدة عليها ، منها أن تلك البرامج لا تهتم بالمرأة الفقيرة وأنها تركز على الاهتمامات التقليدية للمرأة .

٢- المشاركة السياسية :

كشفت الدراسة عن فروق واضحة بين القريتين (كمشيش والزرابى) فيما يتعلق بتأثير متغير التعليم على الوعى السياسى حيث اتضح عدم وجود ارتباط بين التعلم والوعى السياسى فى قرية كمشيش ، فقد اتفقت المتعلمات مع الأميات فى عدم التعرف على الأحزاب السياسية الرئيسية وإنعدام المشاركة السياسية ، كما أن المتعلمات قد اتفقن مع الأميات فى اختيارهن للمرشح الأصلح الذى يحقق مصالح القرية ، أما فى الزرابى فقد برز تأثير التعليم على الوعى والمشاركة السياسية لدى العينة المبحوثة حيث تعرفت كافة المبحوثات المتعلمات على الأحزاب السياسية ، كما اتضح ارتباط مستوى التعليم بدرجة الوعى السياسى ، فالمبحوثات الجامعيات كن أكثر إدراكاً للأوضاع السياسية من الحاصلات على مؤهلات ، كما أثر عامل التعليم على اتجاهات المبحوثات نحو المرشحين حيث أكدت المتعلمات ضرورة اختيار المرشح الأصلح بغض النظر عن العصبيات العائلية أو القروية ، أما المبحوثات الأميات فقد تغلب لديهن التحيز للمرشحين من أبناء القرية ، إلا لأن متغير التعليم لم يؤثر فى المشاركة السياسية ، فقد اتفقت كافة المبحوثات فى قرية الزرابى على أنهن لا يشاركن فى العملية الانتخابية سواء كن متعلمات أم أميات ، أما فى الحضر فيلاحظ أن التعليم له تأثير كبير فى الوعى السياسى وأيضاً فى الموقف من المشاركة السياسية حيث ثبت أن عدم إسهامهن فى النشاط الانتخابى إنما ينتج عن موقف واعى رافض للمهازل الانتخابية (كما أطلقوا عليها) كما يلاحظ أن المتعلمات كن أكثر إيماناً بقدرات واعى رافض للوصول إلى أعلى المناصب كما أعلن أنهن يفضلن إختيار إمرأة نائبة عنهم لأنها أكثر قدرة على التعبير عنهن .

٣- الوعى بقضايا الأسرة والمجتمع :

اتضح تأثير التعليم على الوعى بقضايا المجتمع والقرية فى كل من الزرابى وكمشيش حيث اتفقت المبحوثات المتعلمات فى تحديد أولويات القضايا التى تشغل القرية والمجتمع مثل الفقر والغلاء والإرهاب والبطالة والأمية وزيادة السكان ، وإن برز إختلاف بين المبحوثات فى القريتين فيما يتعلق بالوعى بقضايا الأسرة ، ففى حين ركزت المتعلمات فى الزرابى على قضايا لها صبغة عامة مثل الغلاء والبطالة ، نجد أن المتعلمات فى قرية كمشيش كن أكثر إنغماساً فى المشكلات الشخصية مثل ضيق السكن والخلافات العائلية أما الأميات فلم تنفصم مشكلاتهن الأسرية عن مشكلات القرية والمجتمع خاصة الغلاء والبطالة. أما فى الحضر فيلاحظ تأثير التعليم على طبيعة المشكلات الأسرية التى تعانى منها المرأة حيث جاءت الضغوط النفسية والعنف الأسرى فى مقدمة المشكلات التى تعانى منها المرأة المتعلمة ثم

الغلاء فى حين أن المرأة الأمية كان تركيزها على مشكلات الغلاء والبطالة والمرض حيث أن للتعليم تأثير آخر هو رفع المستوى الاقتصادى ما يجعل مشكلة الغلاء والبطالة تأتى فى مستوى أقل أهمية بالنسبة للمتعلمات وذلك بالمقارنة بالأميات ، أما مشكلات مصر فقد ركزت المتعلمات على البطالة والإدمان والإرهاب فى حين ركزت الأميات على مشكلة الفقر والغلاء والبطالة مما يعنى أن مشكلات المرأة الأمية فى الحضر مثلها مثل المرأة الريفية لا تخرج عن المشكلات التى يعانى منها المجتمع ككل خاصة الفقر والبطالة والغلاء .

٤- القيم والعادات الاجتماعية :

كشفت الدراسة فى كمشيش والزرابى عن عدم وجود ارتباط بين التعليم وتغيير القيم الاجتماعية السائدة خاصة ما يتعلق منها بالوضع المميز للزوج ، هذا الوضع الذى تدعمه المرأة نفسها وتحرص عليه ، وإن كان اتضح أن للتعليم تأثير فى قيم وعادات أخرى من أهمها تعليم الفتاة حيث كانت المتعلمات أن للتعليم تأثير فى قيم وعادات أخرى من اهمها تعليم الفتاة ، حيث كانت المتعلمات فى قرية كمشيش أكثر حرصاً فى تأكيد أهمية تعليم الفتاة والذى يأتى قبل الزواج وعلى المساواة بين الولد والبنت فى المعاملة والتعليم ، أما المتعلمات فى قرية الزرابى فقد أكدن على ضرورة أن تختار الفتاة زوجها دون ضغوط وهو يمثل تغيير كبير فى خريطة النسق القيمى فى صعيد مصر .

أما المرأة فى الحضر فيلاحظ أن المتعلمات والأميات (باستثناء اثنين) فقد أكدن على أن تعليم الفتاة يجب أن يسبق الزواج مما يعنى أن التعليم لم يكن هو المؤثر فى إيمان المرأة فى الحضر بضرورة تعليم الفتاة وإن كان يلاحظ تأثير التعليم على الإيمان بعمل المرأة فبينما ربطت المرأة الامية عمل المرأة بتحسين دخلها والمساهمة فى رفع مستوى الأسرة نجد أن المرأة المتعلمة نظرت إلى العمل باعتباره وسيلة لتحقيق الذات واكتساب الاستقلالية والمكانة، وقد اتضحت هذه النتيجة نفسها فى قرية الزرابى حيث أشارت كافة المبحوثات الجامعيات إلى ضرورة عمل المرأة بغض النظر عن وضع الزوج المادى .. أما فى قرية كمشيش فلم تختلف النتائج حيث كان عمل المرأة بالنسبة للأمية وسيلة لتحسين الأوضاع المادية للأسرة فى حين أن المتعلمات نظرن إلى عمل المرأة باعتباره وسيلة لتحقيق الذات والشعور بالمسئولية .

٥- مكانة المرأة والإناث داخل الأسرة :

كشفت الدراسة عن وجود ارتباط ذو الدلالة بين التعليم ووضع المرأة داخل الاسرة فى الحضر حيث تتعرض المرأة المتعلمة لمعاملة كريمة سواء من الأب أو الزوج باستثناء حالة

واحدة(*) فى حين لاحظنا أن معظم الأميات تسوء العلاقة بينهن وبين الزوج وتكون علاقة متوترة تتعرض أحيانا فيها الزوجة للضرب أو الإهمال التام من الزوج وترك المنزل وما يصحب ذلك من قيام الزوجة الأمية بالعمل فى مهنة طفيلية للإنفاق على المنزل . فى حين أن الدراسة فى القرى قد بينت عدم وجود ارتباط ذى دلالة بين التعليم ووضع المرأة داخل الأسرة خاصة فى قرية كمشيش حيث المرأة (الأمية والمتعلمة) حريتها فى الانفاق داخل الأسرة واتخاذ القرارات الخاصة بتعليم الأبناء وتربيتهم والتشاور معها لحل ما يعترض الزوج من مشكلات تواجه الأسرة ، كما أن القيود التى تفرض على الزوجة من قبل الزوج تتم بموافقة الزوجة ورضائها التام سواء كانت متعلمة أم أمية . أما فى قرية الزرابى حيث تؤثر التقاليد العتيقة على مكانة المرأة والإناث داخل الأسرة ، لم يكن للتعليم أثر سوى أن الزوج يأخذ رأى زوجته الجامعية فى بعض المشكلات التى تواجهه فى عمله ، إلا أنه بصفة عامة فإن سن الزوجة وعدد سنوات الزواج ووضعها كحماه لابن أو إبنة يؤثر على وضعها داخل الأسرة بغض النظر عن معيار التعليم .

إلا انه بصفة عامة نستطيع القول أن مكانة المراة الأمية فى الريف أكبر من مكانة مثيلتها فى الحضر ، حيث تسود الريف تقاليد تؤكد النظر إلى المرأة باعتبارها زوجة وأم مما يتحتم معاملتها برفق واحترام وهو ما تفتقده المرأة الأمية التى تعيش فى بيئة شعبية فى الحضر.

٦- *البعد الاجتماعى للأسرة :*

كشفت الدراسة فى الزرابى عن وجود ارتباط بين تعليم الأم المبحوثات وحصولهن على الشهادات الجامعية أو المتوسطة فى حين أن المبحوثات الأميات كلهن كانت أمهاتهن أميات وهو ما يعطى مؤشر على أن الأم المتعلمة تحرص على تعليم ابنتها . أما فى قرية كمشيش وفى حى مصر القديمة فلم يتضح هذا الارتباط حيث أن أمهات المبحوثات فى القرية والحى كن من الأميات . ونستطيع أن نؤكد أن القرية المصرية شهدت تطوراً كبيراً إزاء بروز قيمة تعليم الفتاة حيث كانت غالبية أمهات المبحوثات يرين أن التعليم مهم للابن الذكر فقط وربطت بعضهن بين تعليم الفتاة وتوفر الامكانات الاقتصادية فى حين أن كافة المبحوثات قد اتفقن على ضرورة تعليم الفتاة وبالفعل فإنهن جميعا قد ألحقن بناتهن بالمدارس .

(*) حاصلة على دبلوم متوسط ولا تعمل وتعيش مع اخوتها ، وتعانى من قسوة الاكبر غير المتعلم الذى يعمل نقاشاً .

ثالثاً – تأثير متغير العمل فى تنمية المرأة المصرية :

١ – *المحور الثقافى والإعلامى:*

– كشفت الدراسة سواء فى الريف أو الحضر عن عدم وجود ارتباط بين خروج المرأة للعمل وبين الانتظام فى قراءة الصحف حيث لوحظ أن المرأة المتعلمة العاملة فى قريتى الزرابى وكمشيش ليست دائماً قارئة منتظمة للصحف . كما لوحظ أن إحدى المبحوثات فى حى مصر القديمة لا تعمل ومع ذلك فهى حريصة بدرجة كبيرة على قراءة الصحف رغم ظروفها المادية الصعبة .

وإن كان يتضح أن نوعية العمل الذى تمارسه المرأة قد يؤثر فى الإقبال على قراءة الصحف خاصة ممن يعملن فى مهنة التدريس والتى تحتاج منهن إلى متابعة للأحداث فضلاً عن توفر صحف بالمجان فى المدارس مما يسهل عملية الحصول عليها خاصة وإن كل من الزرابى وكمشيش تخلوان من منفذ لبيع الصحف .

– أوضحت الدراسة أيضاً وجود ارتباط ما بين خروج المرأة للعمل وبين فترات الاستماع أو المشاهدة للإذاعة والتليفزيون والتى تتركز فى فترتى الصباح الباكر (الراديو) والفترة المسائية (التليفزيون) بعد انتهائهن من أعمالهن ، كما أوضحت الدراسة فى القريتين عن عدم ارتباط بين الخروج للعمل ونوعيته وبين تفضيلات المرأة لبرامج إذاعية وتليفزيونية معينة .

٢ – *المشاركة السياسية :*

– بينت الدراسة وجود تناقض واضح فيما يتعلق بتأثير العمل على الوعى السياسى والمشاركة السياسية فى كل من الزرابى وكمشيش ، ففى حين أثبتت الدراسة أن خروج المرأة للعمل فى قرية الزرابى يزيد وعيها السياسى وإن كان لم يؤثر فى الوقت نفسه فى المشاركة السياسية ، إلا أنه فى حالة المرأة فى كمشيش فإن العمل لم يؤثر مطلقاً فى وعى المرأة السياسى وبالتالى ليس له أى تأثير فى المشاركة السياسية .

أما المرأة فى الحضر فيلاحظ أن العمل ليس له تأثير على المشاركة السياسية ، وإن كانت طبيعة العمل نفسه فضلاً عن التعليم لهما تأثيرها فى الوعى السياسى (المدرسة – ومراقبة حسابات فى بنك) .

٣- مصادر دخل الأسرة ومكانة الزوجة :

- أثر عمل المرأة بشكل قوى فى مصادر دخل الأسرة فى قريتى الزرابى وكمشيش ، حيث أن المبحوثات اللاتى يمارسن عملاً خارج المنزل ويحصلن على أجر نظير هذا العمل يشاركن فى مصروفات المنزل وشراء احتياجاتهن وبعض ما يلزم الأبناء .

أما فى الحضر فإن الدراسة كشفت أن ثلاثة حالات من بين الخمسة اللاتى يعملن ، يعلن الأسرة إعانة كاملة إما لوفاة الزوج أو هجر الزوج المنزل . والحالتان الأخريتان يساعدن الأسرة ماديا فى حدود معينة .

- يلاحظ وجود ارتباط بين عنصر العمل ومكانة الزوجة والبنات داخل الأسرة فى قريتى الزرابى وكمشيش ، حيث ثبت أن المرأة العاملة فى الزرابى والتى تساهم بقدر ما فى دخل الأسرة لها حرية أكبر فى الحركة من المرأة القابعة فى المنزل التى ليس لديها دخل خاص ، أما فى قرية كمشيش فإن كافة الحالات - باستثناء واحدة - يعملن ولديهن دخل خاص مما يشير إلى وجود ارتباط بين ممارستهن للعمل وبين المكانة التى يتمتعن بها داخل الأسرة ، أما الحالة المستثناه والتى لا تعمل فيلاحظ أنها هى الأخرى لها مكانة كبيرة داخل أسرتها والتى يمكن أن تعود إلى كبر سن الزوجة وطول فترة الزواج والتى زادت عن ٣٢عاماً مما يجعل للزوجة وضع مميز لدى الزوج والابناء .

أما فى حى مصر القديمة الممثل للحضر فلم تكشف الدراسة عن وجود ارتباط ما بين خروج المرأة للعمل وبين تمتعها بمكانة خاصة داخل الأسرة ، حيث ثبت أن كثير من العاملات خاصة بين الأميات يعانين من قسوة الزوج وإهماله فى حين أن بعض من لا يعملن يتمتعن بمكانة خاصة لدى الزوج وداخل الأسرة ، ومن ثم فإن فى الحضر ترتبط مكانة المرأة أكثر بمدى المستوى الاجتماعى للأسرة ودرجة تعليم الزوج أو الأب ووعيه بدور المرأة وأهمية احترامها ودرجة تعليم المرأة نفسها وطبيعة الوظيفة التى تشغلها .. فى حين أن العمل بشكل مجرد ليس له علاقة مباشرة بمكانة المرأة واحترامها داخل الأسرة .

خاتمة

نتائج الدراسة وتوصياتها

النتائج والاستخلاصات الأساسية للبحث :

من خلال المقارنة بين الصورة الإعلامية التى تعرضها وسائل الإعلام المصرية المقروءة والمسموعة لنساء الحضر والريف والإحتياجات الاتصالية التى عبرت عنها نساء الريف والحضر والتى تجسد أشكال التعامل والعلاقة بين هؤلاء النساء ووسائل الإعلام سلبا وإيجابا فى إطار الواقع الفعلى من النواحى الإقتصادية والإجتماعية والثقافية وتأثيره على حجم ونوع المشاركة النسائية فى مجالات التعليم والعمل والمشاركة السياسية .

من خلال كل ما سبق يمكن استخلاص مجموعة من النتائج العامة ومجموعة أخرى من النتائج الإمبريقية التى أسفرت عنها الدراسة التحليلية بصورة المرأة فى وسائل الإعلام والدراسة الميدانية التى شملت القائمات بالاتصال وإتجاهات الجمهور النسائى فى قريتين مصريتين (الزرابى – كمشيش) ، مركز حضارى (مصر القديمة) وسيتم عرض النتائج على النحو التالى :

أولا : النتائج العامة :

١- تخلف الإعلام المصرى عن مواكبة الإنجازات التى حققتها المرأة على أرض الواقع . إذ تشكل المتعلمات نسبة تزيد عن ٥٠٪ من النساء المصريات كما تشكل ما بين ١٠٪-٤٠٪ من قوة العمل الإنتاجى خصوصا فى الريف كذلك فى مجالات الإبداع الفنى والأدبى والبحث العلمى . أما فى مجال المشاركة السياسية فهناك محاولات دؤوبة من جانب النساء المصريات فى الريف والحضر لاستخلاص حقوقهن فى مجال الممارسة السياسية ولاشك أن العقبات التى تصادفهن تشكل جزءا من أزمة الديمقراطية فى مصر والعالم العربى ككل .

ويبدو واضحا تقاعس الإعلام العربى عن مساندة المرأة المصرية فى المطالبة بحقوقها فى المشاركة السياسية ، ويبرز ذلك واضحا من خلال تكريسه للتوجهات التقليدية التى تحصر المرأة فى أدوارها المتوازنة كأم معطاءة وزوجة منقادة وإبنة مطيعة ومن خلال تحريضه المستمر لمحاكاة وتقليد النماذج النسائية الأوربية الأمريكية .

٢- التحيز الطبقى والإجتماعى من جانب وسائل الإعلام العربية لنساء المدن على حساب نساء الريف ولصورة المرأة الأنثى الجميلة الأنيقة على حساب الصور الأخرى كمنتجة

ومشاركة فى التنمية وفى صنع القرار السياسى وكعاملة وأدبيه وفنانه وكمواطنه تتساوى مع الرجل فى الحقوق والمسئوليات وقد يكون هذا التحيز مفهوماً ومبرراً إذا إفترضنا أن وسائل الإعلام العربية تتوجه أصلاً إلى جمهور تتحدد إهتماماته بدائرة ولكن إذا كانت هذه الوسائل تزعم أنها تحاول شق قنوات إعلامية متنوعة تشمل مختلف القطاعات الجماهيرية لذلك فإنها ملزمة إزاء جمهورها من القراء والمستمعين والمشاهدين فى المدن أن تطلعهم على أنماط الحياة ومشاكل وهموم النساء من الطبقات الأخرى وليس من مهام الإعلام المصرى تكريس عزلة الطبقات العليا والنخب السياسية والثقافية داخل أبراج عاجية سواء كانوا رجالاً أم نساء .

٣- سيادة نمط الاتصال الأحادى العلوى فى الإعلام النسائى تأكيداً لما هو سائد فى الإعلام العربى ككل الذى يتجه من الحكام إلى المحكومين ومن النخبة إلى القاعدة ومن المتعلمين إلى الأميين ومن سكان المدن إلى سكان الريف ويقوم بدور أساسى فى عمليات الضبط الإجتماعى وحماية الأوضاع السياسية والإجتماعية القائمة . ومن الواضح أن هذه النظرة تستند إلى فلسفة لا تحترم عقلية الجماهير ولا تحرص على تلبية إحتياجاتها الإعلامية والإتصالية . وتعد هذه القضية من أهم التحديات التى تواجه الحكومات العربية فى مجال الإعلام والإتصال وذلك بسبب إرتباطها بالنظرية العامة للسلطة التى تحدد السياسات وتتحكم فى الممارسات الإعلامية فى الوطن العربى . وغنى عن القول أن الإعلام العربى يدين بالتبعيه شبه الكاملة للنظريات الغربية فى الإعلام مضافاً إليها السمات الخاصة بالواقع الإجتماعى والسياسى فى مصر .

ولاشك أن سيادة هذا النمط الإتصالى الأحادى القادم من أعلى والذى يستبعد الحوار والمشاركة الجماهيرية كفيل بأن يفسر لنا أسباب تجاهل وسائل الإعلام العربية للجمهور النسائى كجزء من تجاهل الجمهور العام ومحاولة حصره فى دور المتلقى السلبى للرسائل الإعلامية وهذا يثير بدوره إشكالية الحقوق الإتصالية للجماهير النسائية فى مصر والعالم العربى . فالمشاركة النسائية فى العمليات الإعلامية الخاصة بالمرأة تكفل تحقيق التفاعل بين القائمين بالإتصال والجمهور النسائى المتلقى بما يضمن لوسائل الإعلام التعرف على جمهورها وخصائصه وإحتياجاته الثقافية والإتصالية وبما يساعد فى المدى الطويل على كسر إحتكار القيادات الإعلامية لسلطة صنع وإتخاذ القرارات الإعلامية .

٤- إفتقار الإعلاميات العربيات إلى الثقافة المجتمعية المعاصرة بصفة عامة وما يتعلق بقضية المرأة بصفة خاصة . ويؤكد ذلك الدراسات التى أجريت عن القائمات بالإتصال والتى

أبرزت التناقض الواضح بين صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام العربية وبين الصورة المرتسمة فى أذهان الإعلاميات اللائى يتولين كتابة ونشر وإذاعة المواد الإعلامية التى تتشكل منها صورة المرأة بسلبياتها وإيجابياتها . ولاشك أن ذلك يرجع إلى مجموعة من الأسباب فى مقدمتها الأسلوب الذى يتم به إختيار الجهاز الإعلامى من الصحفيات والإذاعيات المشتغلات فى الإعلام النسائى . إذ تبين أن ٢٥٪ فقط يتم إختيارهم بناء على الكفاءة والإهتمام بقضايا المرأة بينما يتم إختيار ٥٠٪ بناء على الوساطة والعلاقات الشخصية والنسبة الباقية هى ٢٥٪ يتم فرضهن على صفحات وبرامج المرأة طبقاً لظروف كل وسيلة إعلامية . هذا علاوة على إنعدام الفرص للتدريب والإحتكاك بالعالم الخارجى من خلال المؤتمرات وذلك بالنسبة للإعلاميات عموماً والصحفيات تحديداً .

٥- تتحكم الإنتماءات الفكرية والثقافية للقيادات الإعلامية فى الممارسات الإعلامية فى مجال إعلام المرأة . وقد لوحظ أن هذه القيادات لا تملك تصوراً محدداً إزاء قضايا المرأة فضلاً عن تأرجحهم بين الإتجاهات التقليدية السلفية التى تؤمن بالموروثات التاريخية وفكرة النقص الأنثوى وسيطرة النمط الأبوى وبين الإتجاهات المتغربة الوافدة . وقليل منهم يتبنى الإتجاه الإجتماعى المتحرر إزاء قضية المرأة . وينعكس هذا الخليط الفكرى فى صورة تناقضات يعانى منها الإعلام النسائى فى العالم العربى بصورة ملحوظة وفى مصر على وجه الخصوص .

٦- غياب الجمهور النسائى وإحتياجاته عن قائمة الأولويات الإعلامية إذ لوحظ أن الإعلاميات لا يمتلكن أى تصور محدد عن الجمهور النسائى الذى يتوجهن إليه برسائلهن الإعلامية ويؤكد ذلك ما جاء على لسان القائمات بالإتصال وكذلك نتائج الدرسات التى أجريت لتحليل المضامين الإعلامية الخاصة بالمرأة إذ أوضحت غياب قطاعات كبيرة من الجمهور النسائى عن دائرة الإهتمام الإعلامى وخصوصاً المرأة الريفية والبدوية والمنتمية إلى القطاعات الشعبية . مما يشير إلى أن الإعلاميات يتخاطبن فقط مع الفئات النسائية التى تتواجد داخل الدائرة الإجتماعية والطبقية للإعلاميات وأيضا اللواتى تتسلط عليهن أضواء المجتمع فى العواصم العربية والمراكز الحضرية وحتى هؤلاء لم نجرى عليهن أية دراسات لتحديد سماتهن وخصائصهن ومشكالهن الحقيقية . ويرجع ذلك إلى موقف المؤسسات الإعلامية العربية عموماً من قضية الجمهور وحقوقه الإتصالية . فلم يحدث أن قامت أى مؤسسة إعلامية بإجراء دراسات للتعرف على الجمهور بصفة عامة وعلى الجمهور النسائى تحديداً .

بل يتم ذلك فى الأغلب بناء على التخمين والإنطباعات الذاتية وتصور زائف يسود لدى الإعلاميين مفاده أن ما يفكرون فيه يتطابق مع الإحتياجات والقضايا والهموم الحقيقية للجماهير مما يعكس نوعاً من الوصاية الفكرية عبر المنظومة يمارسها الإعلاميون على الجماهير ويترتب عليها حرمان الجماهير من حقوقهم الإتصالية التى نصت عليها المواثيق والدساتير المحلية والعالمية .

النتائج الإمبريقية :

أسفرت المقارنة بين نتائج كل من الدراسة التحليلية لصورة المرأة المصرية فى وسائل الإعلام (المقروءة والمرئية والمسموعة) والدراسة الميدانية لإتجاهات ومشكلات القائمات بالإتصال فى الإعلام النسائى وإتجاهات وإحتياجات الجمهور النسائى فى قرية اعينة (الزرابى – أسيوط – كمشيش) المركز الحضارى (مصر القديمة) عن مجموعة من لنتائج نجملها على النحو التالى :

أولاً : صورة المرأة الريفية فى وسائل الإعلام مقارنة بالواقع الفعلى :

(١) إتضح من البحث أن غالبية الحالات – اللاتى طبقت عليهن الدراسة فى الحضر – يعانين سن توتر العلاقات الزوجية وعدم إحساس الزوج بالمسئولية ومعاملته لزوجته معاملة سيئة قد تصل إلى حد الإعتداء عليها بالضرب .

فى حين إختفت أو كادت هذه الصورة فى الريف حيث تسود علاقات زوجية يغلب عليها الإحترام المتبادل فى ضوء تحديد الأدوار والمسئوليات .

(٢) كما ظهر إتفاق واضح بين النساء فى الريف والحضر فى إعلاء قيمة (التعليم) لأنه الوسيلة الوحيدة لتحسين أوضاع المجتمع ورفع مستوى معيشة الأسرة ، وأن هناك حرص من الآباء والأمهات على تعليم أبنائهم بصرف النظر عن معاناة الأب أو الأم أنفسهم من الأمية ولا يوجد إرتباط ذى دلالة بين نسبة التعليم ومستواه وبين حجم الأسرة ، وإن كان هناك إرتباط فى الوقت نفسه بين إنخفاض المستوى الإقتصادى للأسرة ومدى الحرص على مواصلة البنات تعليمهن حتى المرحلة الجامعية ، فالأم الأمية ذات الدخل المنخفض – والتى شكلت فى عينة البحث بين ٤٥،٥٠٪ – فى الريف والحضر ترى الإكتفاء بتعليم البنت حتى مرحلة التعليم المتوسط لأن استكمال تعليمها الجامعى يمثل عبئاً مادياً لا تستطيع الأسرة إحتماله .

(٣) كما إتضح من البحث تدنى مستوى معيشة العديد من الأسر الريفية والحضرية ، غير أن الإيمان بقيمة (التضامن الإجتماعى) فى القرية خفف من الإحساس بوطأة الفقر وكشف البحث أن الإرتفاع النسبى للمستوى الإقتصادى لبعض الأسر المدروسة يرجع إما لسفر الزوج أو الإبن للعمل فى الخارج (كما فى قرية كمشيش) أو لحيازة أراضى زراعية (كما فى الزرابى) .

(٤) ورغم الأوضاع المتردية بنسبة متفاوتة للنساء فى الريف والحضر فإن نتائج هذا البحث قد أكد أن وسائل الإعلام المصرية ما زالت تهمل الكثير من القضايا المتعلقة بالمرأة المصرية ومحاولة إدماجها فى عمليات التنمية فى مجتمعها فقد ظهر أن هناك مجموعة من الموضوعات قد أهملت كلية أو تم تناولها بشكل محدود رغم خطورتها وأهميتها ومنها :

١- محو أمية المرأة المصرية وخاصة الريفية .

٢- قوانين الأحوال الشخصية وتشريعاتها .

٣- عمل المرأة خارج المنزل ومدى توفير الضمانات الحقيقية لها والمشاكل المترتبة على محاولة المرأة التوفيق بين عملها خارج المنزل ومسئولياتها داخله .

٤- المشاركة السياسية للمرأة .

٥- المساواة بين الرجل والمرأة .

٦- عمالة الأطفال .

٧- المشكلات الإقتصادية فى المجتمع .

(٥) وأكد البحث أن الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية وتنميتها جاءت فى ترتيب متأخر بين أولويات إهتمام معظم الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات العامة والمجلات النسائية المتخصصة ، وإن كانت هناك بعض الإستثناءات المحدودة ، مقارنة بإهتمام هذه الصحف بالإهتمامات التقليدية للمرأة كالموضة والتجميل والطهى وغير ذلك .

(٦) هذا فى الوقت الذى رأت فيه عينة القائمات بالإتصال فى وسائل الإعلام أنفسهم أنه من الضرورى أن يهتم الإعلام خاصة الموجة إلى المرأة ببعض القضايا لدفع المرأة خاصة الريفية للمشاركة فى التنمية وهى : تعليم ومحو أمية المرأة ، تنظيم الأسرة ، التوسع فى مشروعات تشغيل المرأة ، التربية السليمة للأبناء ، الدعوة لعمل المرأة الريفية، تدريب القيادات النسائية ، التوعية السياسية ، الدعوة إلى ترشيد الإستهلاك .

(٧) كما كشفت نتائج البحث أن وسائل الإعلام المصرية ما زالت تركز على الإهتمامات الخاصة بفئات عمرية معينة من الناضجات فى الغالب وأنها تهمل إحتياجات المراهقات والمسنات مع بعض الإستثناءات .

يؤكد العرض السابق أن قضايا تنمية المرأة لا تحظى بالإهتمام الكافى من وسائل الإعلام الجماهيرى المصرية خاصة المرأة الريفية ، بل أن القرية المصرية نفسها وهى الوعاء الكبير الذى تنتمى إليه المرأة الريفية مهملاً والإهتمام بقضاياه ومشكلاته لا تحظى بإهتمام يوازى حجم سكان الريف فى المجتمع المصرى .

كما أن وعى هذه الوسائل – فى حالات كثيرة – بالأوضاع الراهنة للمرأة – خاصة فى الريف – جزئى وهامشى .

ثانياً : مدى إهتمام وسائل الإعلام بقضايا المرأة الريفية مقارنة بمدى تعرض المرأة لهذه الوسائل :

إتضح من البحث إنعدام أو ضآلة إهتمام وسائل الإعلام المصرية بالمرأة المصرية الريفية عدا التليفزيون الذى أعطى إهتماماً نسبياً لبعض قضايا المرأة الريفية وصل إلى ٢٣٪ من إجمالى إهتمامه بكل قطاعات المرأة المصرية وإن كان بعض القائمين بالإتصال فى الصحف قد دبروا عدم إهتمام الصحافة بالمرأة الريفية إلى إنتشار الأمية بين الريفيات .

وإذا قارنا هذه النتائج – بما كشفت عنه دراسة الحالة بخصوص مدى تعرض النساء اللاتى شملتهن الدراسة للصحف ووسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية فيمكن أن نخرج بالنتائج التالية :

١- كشف البحث عن إنخفاض نسبة قراءة الصحف فعلاً بين النساء فى عينة الريف المصرى (كمشيش – الزرابى) لأسباب كثيرة منها الأمية ، عدم وجود منافذ لبيع الصحف، الظروف الإقتصادية المتردية التى تجعل من شراء الصحف عبئاً مادياً لا تتحمله ميزانية الأسرة .

٢- معظم المتعلمات فى عينة الحضر (حى مصر القديمة) يحرص على شراء أكثر من صحيفة وقراءتها .

٣- لوحظ أن المتعلمات تعليماً متوسطاً – فى القريتين موضع الدراسة – يفضلن قراءة المواد الخفيفة كالفن والحوادث والموضوعات الإجتماعية ، فى حين يفضل الحاصلات على مؤهل جامعى قراءة المواد الثقافية بينما لم يظهر هذا الإختلاف فى عينة الحضر ، فكل

المتعلمات – بصرف النظر عن مستوى التعليم – يفضلن قراءة المواد السياسية والقضايا التى تهم المرأة والحوادث والموضوعات الصحية خاصة ما يتعلق بصحة الأطفال .

٤- لوحظ أن المرأة فى عينة الحضر أكثر إهتماماً بقراءة المجلات العامة أو المتخصصة من المرأة فى عينة الريف .

٥- كما أن المرأة فى عينة الحضر تهتم بما تقدمه هذه المجلات من مواد صحفية خاصة بالأزياء ، فى حين لا تهتم المرأة – فى عينة الريف – بذلك إطلاقاً .

٦- أبدت عينة النساء – فى الريف – عدم إهتمامهن بما يقدم للمرأة من خلال الصحف وعدم رضائهن عما يقدم فى حين أكدت المرأة فى عينة الحضر إهتمامها بمتابعة هذه المواد الموجهة للمرأة وعبرن عن رضائهن عن هذه المواد لأنها فى رأيهن تعالج قضاياهن وتعمل على رفع مستوى وعيهن بعدة قضايا ، وإن كن يرين أن المواد الخاصة بالمرأة فى الصحف تركز غالباً على قضايا المرأة فى الأحياء غير الشعبية وتهمل قضايا المرأة فى الأحياء الشعبية.

وبالنسبة للإذاعة والتليفزيون فقد إتضح من البحث ما يلى :

١- أن كل عينة البحث من النساء فى الريف والحضر تقريباً يمتلكن جهاز راديو وأن غالبيتهن (٨٨,٥٪) يمتلكن أجهزة تليفزيونية .

ولعل هذا يبين أهمية الراديو والتليفزيون بالنسبة للقاعدة العريضة من النساء فى مصر خاصة الأميات منهن .

٢- أكثر المواد الإذاعية التى تلاقى إهتماماً من النساء من عينة البحث فى الريف والحضر هى القرآن الكريم ، برنامج " إلى ربات البيوت " وإنفردت النساء فى عينة الريف بتفضيل برنامج " على الناصية " والبرامج الصحية ، فى حين فضلت عينة الحضر برنامج "لو كنت مكانى" الذى يعرض للمشكلات الإجتماعية عند المرأة وكذلك أعربت عينة الحضر عن حرصها على متابعة نشرات الأخبار التى لم تنل إهتمام عينة الريف .

٣- إحتلت فترة المساء ذروة المشاهدة بين عينة النساء العاملات خارج المنزل فى الريف والحضر .

أما النساء اللاتى لا يعملن خارج المنزل فإنهن يتابعن برنامج "صباح الخير يا مصر" الذى يعرض فى الفترة الصباحية وبرنامج " حياتى " ويحظى برنامج " كلام من دهب " بإهتمام المرأة فى الحضر .

٤- أكدت كل النساء اللاتى طبقت عليهن الدراسة أنهن يفضلن مشاهدة الأعمال الدرامية خاصة الأفلام العربية القديمة التى تعبر عن الحياة الواقعية للإنسان البسيط وتخلو من الألفاظ أو المشاهد الخارجة عن حدود الآداب العامة .

٥- بالنسبة لبرامج المرأة فى الراديو والتليفزيون فقد رأت غالبية النساء اللاتى طبقت عليهن الدراسة فى ريف مصر أنها تركز على الموضوعات الخاصة بالأزياء والديكور والإتيكيت والطعام والتى لا تتلاءم مع عاداتهن " أو مستوياتهن " الإقتصادية غير أن بعضاً من عينة النساء فى قرية الزرابى ذكرن أنهن يستفدن من بعض هذه البرامج خاصة ما يتعلق بتربية الأبناء والتفصيل فى حين تهتم عينة المرأة فى الحضر بمتابعة هذه البرامج .

٦- يرى غالبية عينة النساء فى الريف والحضر أن الإعلانات التى تقدم فى التليفزيون تمثل إهداراً للوقت وتثير التطلعات الإستهلاكية لدى الأطفال ، وإن كانت عينة الحضر خاصة فى الأحياء الشعبية يحرصن على متابعة الإعلانات التى تقدم الجوائز .

وإجمالاً لما سبق فقد ظهر الإتفاق بين نتائج الدراسة الميدانية على عينة من النساء فى ريف مصر وحضرها ونتائج تحليل مضمون وسائل الإعلام الجماهيرى حول أن وسائل الإعلام تركز على قضايا المرأة المصرية الحضرية - خاصة من الشرائح العليا والمتوسطة وتهمل قضايا المرأة فى الأحياء الشعبية فى الحضر وقضايا المرأة الريفية .

ثالثاً : صورة المرأة المصرية كما تطرحها وسائل الإعلام مقارنة بصورتها التى يراها القائمون بالاتصال .

رغم التحسن النسبى الذى طرأ على صورة المرأة المصرية - كما تقدمها وسائل الإعلام الجماهيرى إلا أن وسائل الإعلام لا تزال تركز على الإهتمامات التقليدية للمرأة كما تحرص على إبراز الجوانب الأنثوية على حساب قدراتها كإنسانة وكمواطنه قادرة على الإسهام فى تنمية مجتمعها .

كما أن المرأة الريفية تقدم فى صورة بعيدة عن واقعها سواء من ناحية مظهرها الخارجى أو من حيث القضايا والمشكلات التىتواجهها .

وربما يرجع ذلك - فى جانب منه - كما كشفت نتائج دراسة القائمين بالإتصال أن نسبة كبيرة منهم لم تتح لهم فرص من السفر إلى الريف لمعايشة واقع المرأة الريفية عن قرب، ويظهر هذا بوضوح أكبر فى الصحف ، رغم أن الذين أتيحت لهم هذه الفرصة أكدوا أن هذه الزيارات كان لها إنعكاساتها الإيجابية على معالجتهم لقضايا المرأة الريفية .

وبمقارنة هذه الصورة بواقع المرأة المصرية – كما ظهر من نتائج الدراسة الميدانية على عينة من النساء فى الريف والحضر يتضح ما يلى :

١- بينما تقدم وسائل الإعلام المرأة غالباً كأنثى وليس كإنسان تهتم بمشكلات مجتمعها ظهر من البحث الميدانى أن هناك درجة عالية من الوعى لدى عينة الدراسة تجسد فى الإهتمام بالمشكلات المعاصرة مثل قضايا الإرهاب والغلاء والفقر والبطالة والأمية وزيادة السكان ، كما جاءت قضية إدمان الشباب للمخدرات فى مقدمة قضايا المجتمع التى أكدت عليها عينة النساء فى الحضر .

٢- تظهر المرأة المصرية فى وسائل الإعلام الجماهيرية فى حالات كثيرة على أنها تبحث عن المظاهر والشكليات وتلهث وراء أحدث الموضوعات والتقليعات ، ولا شئ يشغلها سوى الإهتمام بزينتها وأناقتها وجمالها فى حين كشفت الدراسة التى طبقت على عينة من النساء فى ريف مصر وحضرها أنه رغم إهتمام المرأة فعلاً بهذه الأمور ، إلا أنه هذا المؤشر كان واضحاً بين عينة النساء فى الحضر ولم يظهر إطلاقاً بين عينة النساء فى الريف.

كما كشفت الدراسة عن أن المرأة المصرية سواء فى الريف أو الحضر وتملك وعياً تتفاوت درجاته بالقضايا السياسية والإجتماعية الهامة فى المجتمع المصرى وسائر القضايا التى تثيرها وسائل الإعلام .

٣- تقدم المرأة المصرية أحياناً على أنها عاطفية سطحية تفضل المكوث فى البيت بعد حصولها على شهادتها وعدم العمل خارجه .

فى حين أوضحت الدراسة التى طبقت على عينة النساء أن غالبية أفراد هذه العينة يعملن خارج المنزل ، وإن كان بعضهن لا يعملن كما فى قرية (الزرابى) فإن هذا ليس رغبة منهن بل ضغط من التقاليد الإجتماعية السائدة والتى ترفض خروج المرأة للعمل خارج البيت .

٤- هناك جوانب الإتفاق والإختلاف بين ملامح صورة المرأة الريفية كما يتصورها غالبية القائمات بالإتصال فى الإعلام النسائى – الذين شملتهم عينة البحث – وبين الصورة الحقيقية للمرأة الريفية فملامح المرأة الريفية عند غالبية عينة القائمين بالاتصال لا تزيد عن كونها مستسلمة للرجل مسكينة مغلوبة على أمرها مقهوزة مطحونة تتحكم فيها عادات موروثة وتعانى من الأمية والمرض ، قليلة الحيلة ، تفتقر إلى الوعى وتعطى بلا حدود دون أن يكون لها أية حقوق ، وأنها أيضاً غير قادرة على التفكير الصائب ، سطحية غير قادرة على إتخاذ أية قرارات وهى كثيرة الإنجاب وتعمل من أجل الحصول على المال فقط هذا وتختلف صورة

المرأة الريفية لدى بعض القائمات بالاتصال تتميز بالطابع الإيجابى فهى منتجة ومشاركة فى التنمية وتعمل فى صمت ، بل أنها أحياناً تكون أنشط من المرأة الحضرية تدير دفة التنمية إلى جانب الرجل ، وهى مضحية تشارك فى أحداث الحياة وتتميز بحسن التدبير والذكاء وهى مساوية لزوجها تماماً .

هذا فيما تكشف الدراسة التى طبقت على عينة من النساء فى الريف فى قريتى الزرابى وكمشيش الملامح التالية للمرأة الريفية :

– أنها تحترم زوجها وتحافظ على القيم التقليدية للأسرة المصرية ، ويغلب على علاقتها بزوجها الإحترام المتبادل .

– أنها تحجم عن المشاركة السياسية فى الإنتخابات .

– أنها لا تؤمن بقدرة المرأة على الوصول إلى المناصب القيادية .

– أن المرأة ما زالت تخضع لنسق قيمى يعوق تنميتها أو تحسين وضعها داخل الأسرة، ويقابل الخروج على هذه القيم بالرفض من جانب المرأة نفسها .

– أنها أقل إنفتاحاً وأقل قدرة فى التعامل مع الواقع فى مجتمعها .

– أن المرأة المتعلمة أكثر حرصاً على تأكيد أهمية تعليم الفتاة وعلى ضرورة أن تختار الفتاة زوجها دون ضغوط بإعتباره وسيلة لتحقيق الذات والشعور بالمسئولية بغض النظر عن وضع الزوج المادى ، أما المرأة الأمية فترى أن العمل وسيلة لتحسين الأوضاع المادية للأسرة.

– تمارس المرأة – فى عينة البحث فى قرية كمشيش – حريتها فى الإنفاق داخل الأسرة وإتخاذ القرارات الخاصة بتعليم الأبناء وتربيتهم ، ويتشاور معها الزوج لحل ما يعترض الأسرة من مشكلات .

كما كان لهذه المسلسلات دور فى زيادة وعى النساء اللاتى طبقت عليهن الدراسة بقضايا الأسرة والفرد وقد أوضحت ذلك نتائج تحليل الأعمال الدرامية (أفلام – مسلسلات) التى عرضها التليفزيون وشملتها عينة البحث فقد طرحت من خلال بعض المضامين ضرورة تعليم الأطفال فى الريف وأهمية عمل المرأة ، أسس إختيار شريك الحياة المغالاة فى مظاهر الزواج ، عمالة الأطفال فى سن مبكرة علاقة الحماة بزوجة الأبن ، العلاقات الزوجية ، المشكلة السكانية خاصة فى الريف .

وحملت هذه المضامين الكثير من القيم الإيجابية مثل التنمية والقيم والمشاركة والعمل والترشيد والبساطة والأمومة والتضحية والمودة والتعاطف والتعاون .

(٤) إن قراءة الصحف ليست العامل الوحيد الفاعل فى زيادة الوعى السياسى لدى المرأة وتشجيعها على المشاركة السياسية ، فالعامل الأكثر تأثيراً هو نوعية الموضوعات التى تفضل المرأة قراءتها وقد أوضحت نتائج تحليل مضمون الصحف محدودية إهتمام هذه الصحف بعملية تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية فلم تتجاوز نسبتها فى الصحف اليومية ٤,٩٪ من إجمالى تناولها لقضايا المرأة والتنمية وجاءت بتكرارات محدودة فى المجلات النسائية المتخصصة ، ولم يتم تناولها إطلاقاً فى الجرائد الأسبوعية والمجلات الأسبوعية العامة .

(٥) كان لمتابعة الراديو والتليفزيون دوراً فى تنمية الوعى السياسى لدى عينة النساء فى حى مصر القديمة وقرية الزرابى اللاتى خضعت للدراسة – فى الوقت الذى لم يكن لهاتين الوسيلتين الدور نفسه فى قرية كمشيش .

ومن الملاحظ هنا أن تناول الإذاعة والتليفزيون – كما كشفت عنه نتائج البحث – لقضية تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية كان محدوداً للغاية .

ب- التعليم :

كشف البحث عن النتائج التالية :

١- لم يظهر وجود إرتباط بين التعليم والإنتظام فى قراءة الصحف فى قريتى البحث، غير أن الإرتباط ظهر فى عينة البحث فى الحضر .

٢- كان لمتغير التعليم أثره فى بعض الحالات على نوعية البرامج المفضلة فى الإذاعة لدى عينة من النساء اللاتى طبقت عليهن الدراسة فى الريف والحضر إذ ظهر أن المتعلمات كن حريصات على متابعة البرامج الصحية الصحية مثلاً ، فى حين لم تهتم الأميات بهذه الأميات بهذه النوعية من البرامج .

غير أن هذا التأثير لم يظهر فى حالات أخرى حيث كانت الأميات والمتعلمات من نساء عينة الدراسة حريصات على متابعة البرامج الإخبارية فى التليفزيون .

٣- إتضح عدم وجود إرتباط بين التعليم ودرجة الوعى السياسى بين عينة النساء فى قرية كمشيش ، غير أنه ظهر وجود إرتباط بين التعليم ودرجة الوعى السياسى بين عينة النساء فى قرية الزرابى غير أن هذا المتغير لم يؤثر فى المشاركة السياسية عند عينة النساء

وكان للتعليم دوره فى الوعى السياسى والمشاركة السياسية فى حى مصر القديمة ، وقد أرجع هؤلاء النساء عدم مشاركتهن فى الإنتخابات إلى رفضهن للمهزلة الإنتخابية كما أطلقن عليها.

٤- ظهر أيضاً وجود إرتباط ببين التعليم ومدى الوعى بقضايا المجتمع بين عينة النساء فى قريتى البحث ، فى حين لم يظهر هذا الإرتباط فى مدى الوعى بقضايا الأسرة فقد كشف التحليل أن المتعلمات فى قرية الزرابى ركزن على قضايا أسرية ذات صبغة عامة مثل الغلاء والبطالة فى حين ركزت المتعلمات فى قرية كمشيش على قضايا أسرية ذات صبغة شخصية مثل ضيق السكن والخلافات العائلية .

أما فى عينة النساء فى الحضر فقد كانت الضغوط النفسية والعنف الأسرى فى مقدمة المشكلات التى تعانى منها المرأة المتعلمة ، فى حين ركزت المرأة الأمية على الغلاء والبطالة والمرض .

٥- كشف البحث عن عدم وجود إرتباط بين التعليم وتغيير القيم الإجتماعية السائدة خاصة ما يتعلق بالوضع المميز للزوج عند عينة النساء فى القريتين وإن كان هناك إرتباط بين التعليم والنظرة إلى تعليم الفتاة والمساواة بين الولد والبنت فى المعاملة والتعليم وإختيار الزوج دون ضغوط فى الوقت الذى لم يكن التعليم المتغير الرئيسى فى التأكيد على أهمية تعليم الفتاة فى عينة الحضر ، وإن ظهر هذا الإرتباط فى النظرة إلى عمل المرأة فالمرأة الأمية فى عينة النساء فى الريف والحضر تنظر إلى التعليم كوسيلة لتحسين دخلها والمساهمة فى رفع مستوى أسرتها فى حين تنظر إليه المرأة المتعلمة بإعتباره وسيلة لتحقيق الذات وإكتساب الإستقلالية والمكانة .

٦- إتضح من البحث أيضاً وجود إرتباط ذى دلالة بين التعليم ومكانة المرأة داخل الأسرة فى عينة الحضر فالمتعلمات يعاملن معاملة كريمة ومعظم الأميات فى الحضر يعانين من علاقات زوجية متوترة تعانى فيها الزوجة من الإعتداء عليها بالضرب أو الإهمال .

غير أنه ظهر من تحليل نتائج عينة النساء فى الريف عدم وجود إرتباط بين التعليم ووضع المرأة داخل الأسرة .

٧- ظهر أيضاً أن تعليم الأم كان يمثل عاملاً مؤثراً فى تعليم عينة البحث من النساء وذلك فى قرية الزرابى حيث كانت أمهات النساء اللاتى طبقت عليهن دراسة الحالة هن أيضاً من المتعلمات فى حين لم يظهر هذا الإرتباط بين عينة النساء فى قريتي كمشيش وحى مصرالقديمة.

جـ - العمل :

١- كشفت الدراسة التى طبقت على عينة النساء فى الريف والحضر عدم وجود إرتباط بين خروج المرأة للعمل والإنتظام فى قراءة الصحف ، وإن ظهر تأثير نوعية العمل الذى تمارسه المرأة فى مدى الإنتظام فى قراءة الصحف .

٢- ظهر من البحث وجود إرتباط بين خروج المـرأة للعمل أكثر وبيـن أكثر الأوقـات إستماعا للإذاعة (فترة الصباح الباكر) ومشاهدة التليفزيون (الفترة المسائية) مـن جـانب المرأة .

ولم يظهر وجود إرتباط بين نوعية العمل وتفضيلات المرأة لبرامج إذاعيـة وتليفزيونيـة معينة .

٣- إختلف تأثير العمل على الوعـى السياسـى والمشـاركة السياسـية لعينـة الدراسـة فـى قريتى الزرابى وكمشيش ، ففى قرية الزرابى ظهـر وجـود إرتباط بيـن خـروج المـرأة للعمـل وزيادة وعيها السياسى وإن لم يظهر هذا الإرتباط فـى مـدى مشـاركتها السياسـية ، وفـى قريـة كمشيش لـم يظهـر إرتبـاط بيـن خـروج المـرأة للعمـل وزيـادة وعيهـا السياسـى أو مشـاركتها السياسية، وإن ظهر إرتباط بين نوعية العمل الذى تمارسه المرأة وزيادة وعيها السياسى .

٤- ظهر من البحث وجود إرتباط بين عمـل المـرأة ومكانتهـا داخـل الأسـرة بيـن عينـة النساء فى قريتى الدراسة ، ولم يظهر وجود مثل هذا الإرتباط فى حى مصر القديمة فكثير من النساء العاملات - خاصة من الأميات - فى عينة الحضر يعانين من قسوة الزوج وإهماله ولا يتمتعن بالمكانة والإحترام داخل الأسرة .

ومن العرض السابق يمكن القول أن وسائل الإعلام يمكن أن تساهم بدور مهم فى تغيير الأوضاع الراهنة للمرأة المصرية عامة والمرأة الريفية خاصـة وإن كـان هـذا يستلزم التنسيق والتكامل مع المؤسسات الإجتماعية والتربوية الأخرى فى المجتمع فقد ظهـر أن هنـاك عوامل أخرى مؤثرة على تنمية المرأة ربما أكثر من تأثير وسائل الإعلام نفسها مثل التعليم والتقاليد والمعتقدات السائدة (غير أن هناك جوانب أخرى ظهر أن لوسائل الإعلام فيها دور أكبر) .

كما إتضح من البحث أن كل وسيلة إعلام لها خصوصيتها ومن ثم فإن أدوارها ومهامها فى عملية تنمية المرأة سواء فى الريف أو الحضر تختلف عن الوسائل الأخرى .

فالصحف - كما إتضح من هذا البحث - كانت من العوامل ذات التأثير على مدى وعى المرأة بقضاياها وقضايا مجتمعها .

وإن لك يكن لها هذا التأثير على زيادة الوعى السياسى للمرأة وتشجيعها على المشـاركة السياسية ، أو تبينها لقيم إجتماعية مواتية للتنمية خاصـة قيمتى العمل والمشاركة.

أما الإذاعة والتليفزيون فقد ظهر أن لهما تـأثر فـى بعض الحـالات علـى زيـادة الوعـى السياسى للمرأة وكان للدراما التى تقدم من خلال التليفزيون دورهـا الملمـوس فـى تبنـى المـرأة لقيم إجتماعيـة إيجابيـة يمكـن أن تسـهم فـى تغيير بعض الأفكـار السـائدة حـول وضـع المـرأة ومكانتها .

ومن هنا فإنه من المهم إعطاء أهميـة خاصـة لـدور الإذاعـة فـى التوجـه للمـرأة خاصـة الريفية بسبب إنتشار الأمية بين قطاعات المرأة المصرية فى الريف .

التـــوصـيـــات

فى ضوء الاستخلاصات التى سبق عرضها تبرز مجموعة من الضرورات نجملها على النحو التالى :

١- توصيات ذات طابع إستراتيجى .

٢- توصيات ذات طابع إجرائى .

وهناك عدة مستويات تنضوى تحتها هذه التوصيات وتشمل :

١- المستوى الحكومى الرسمى .

٢- المنظمات النسائية ومراكز البحوث والجامعات .

٣- مستوى وسائل الإعلام .

٤- المستوى الدولى .

فيما يتعلق بالإطار الإستراتيجى تبرز التوصية التالية هناك حاجة ملحة لوضع إستراتيجية قومية لتنمية المرأة المصرية كإنسانة وكمواطنة تستهدف إزالة كافة المعوقات الإجتماعية والثقافية والقانونية التى تحول دون تطوير قدراتها ومشاركتها بصورة فعالة فى مواجهة التحديات التى تفرضها ظروف العصر من ناحية والوضعية الخاصة للمجتمع المصرى من ناحية أخرى مع مراعاة أن تتضمن هذه الإستراتيجية الأبعاد التالية :

١- البعد التنموى :

والمقصود به إدراج هذه الإستراتيجية ضمن خطة التنمية الشاملة للدولة بحيث تصبح جزءً عضوياً من قائمة الأولويات القومية التى يلتزم بها صانع القرار السياسى .

٢- البعد الإقتصادى :

ويعنى أن تعرف الإستراتيجية القومية بمشاركة المرأة المصرية الفعلية بالنشاط الإقتصادى والعمل وبصفة خاصة مشاركة المرأة الريفية فى القطاع غير الرسمى مما يستلزم إستصدار القوانين والقرارات اللازمة لتوفير التأمين الإجتماعى وصور الحماية القانونية الأخرى للعاملات الريفيات طبقاً للمادة ١١ ، ١٤ من إتفاقية المرأة وأن توفر وسائل الرقابة على تطبيق أحكام قوانين العمل بالنسبة للمرأة .

٣- الأبعاد القانونية والإجتماعية :

وتستهدف ضمان أن تكفل الإستراتيجية القومية للمرأة وسائل القضاء على التمييز ضد المرأة فى التشريعات وفى الممارسات خاصة ما يتعلق بقانون الجنسية وقوانين الأحوال الشخصية وأن تتبنى إصدار نموذج جديد لعقد الزواج يستخدم مرحلياً كأداة لرفع الوعى بالخيارات المختلفة المتاحة طبقاً لقانون الأحوال الشخصية الحالى مما قد يساعد على إحداث إنفراجه فى حل مشاكل الطلاق وتعدد الزوجات .

٤- البعد التعليمى والثقافى :

رغم أن القانون المصرى قد كفل المساواة المكفلة بين المواطنين ذكوراً وإناثاً فى مجال التعليم إلا أن العادات والتقاليد خصوصاً فى المناطق الريفية لا تشجع تعليم البنات فيما بعد المرحلة الإبتدائية حيث يمكن الاستفادة منهن فى الأعمال المنزلية أو فى الزراعة. وتشير الإحصاءات الرسمية إلى أن نسبة الأمية بين النساء بلغت ٦٢,٥٪ بينما تبلغ بين الذكور ٣٧,٤٪ وتشير الدراسات الميدانية التى أجريت فى هذا المجال إلى وجود تمييز فعلى ضد المرأة فى مجال التعليم يرجع إلى العادات والتقاليد من ناحية وإلى الزواج المبكر للإناث من ناحية أخرى مما يستلزم ضرورة رفع مستوى الإجتماعى بأهمية دور المرأة فى التنمية الإقتصادية والإجتماعية والتشديد على نشر الوعى بأهمية تعليم المرأة كشرط أساسى لحسن أدائها لأدوارها التقليدية كزوجة وأم .

٥- البعد الإعلامى :

ويتطلب توظيف وسائل الإعلام المقروء والمرئى والمسموع توظيفاً سليماً يساعد على تحقيق أهداف الإستراتيجية القومية للمرأة وذلك بإبراز الصور الإيجابية لدور المرأة الفاعل سواء فى الأسرة أو المجتمع والإسهام فى محو أميتها وتطوير قدراتها ومهاراتها عبر تنفيذ برامج إعلامية مدروسة مترجمه السياسات الأتصالية التى تراعى التوازن فى عرض الأدوار والإنجازات والمسئوليات الإجتماعية والسياسية والثقافية والعلمية لكل من الرجال والنساء ومستهدفة تشكيل رؤية مجتمعية منصفة لأدوار المرأة ومسئولياتها الفعلية .

٦- البعد السياسي :

رغم ما تعانيه المرأة المصرية من نقص الوعي بأهمية وأسلوب ممارسة حقوقها السياسية إلا أن نسبة مشاركتها في الإنتخابات أعلى في الريف منها في الحضر نظراً لإنتشار العصبيات الأسرية والقبلية في الريف وقد ساعد على إستمرار هذا الوضع غياب الأحزاب السياسية والتنظيمات الحكومية عن الريف وعدم وجود حركة منظمة موحدة للمرأة المصرية تتولى مسئولية توعية المرأة وتشجيعها وترشيد حركتها ورفع مستواها الحضاري والإجتماعي والإقتصادي . وهنا تبرز الحاجة إلى خلق آليات منظمة ومستمرة تقوم بتجميع الجهود والموارد والتنسيق بين التنظيمات المختلفة حكومية وغير حكومية والعمل على رفع مستوى الوعي لدى المرأة المصرية (في الريف والحضر) بحقوقها السياسية وإزالة العوائق التي تحول دون ممارستها لهذه الحقوق .

الإطار الإجرائى للتوصيات :

المستوى الحكومى :

١- ضرورة استحداث جهاز تنفيذى مستقل وموحد يتولى مسئولية تنفيذ ومراقبة تطبيق القوانين والقرارات المؤثرة على الإستراتيجية القوسية للمرأة المصرية ويمكن أن يأخذ هذا الجهاز شكل المجلس الأعلى لشئون المرأة أو شكل وزارة المرأة .

٢- دعم وتعزيز تعليم المراة وتدريبها وتوظيفها بقصد ضمان وصول المرأة على أساس المساواة إلى جميع المواقع القيادية المتاحة فى مختلف المجالات بما فيها المؤسسات الإعلامية .

٣- تمكين المرأة من خلال تطوير مهاراتها من المشاركة فى صنع القرارات المتعلقة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال .

٤- تمكين المرأة من المشاركة فى إرساء وحماية التشريعات الخاصة بحرية التعبير فى كافة المجالات والمواقع وعلى الأخص فى وسائل الإعلام .

مستوى المنظمات النسائية ومراكز البحوث والجامعات :

١- يتعين خلق شبكة من الإتصالات والتنسيق بين المنظمات النسائية الحكومية وغير الحكومية بهدف توحيد الجهود النسائية وخلق حركة منظمة وموحدة للمرأة المصرية تتولى مراقبة تنفيذ القوانين والمطالبة بالتعديلات التشريعية اللازمة والدفاع عن قضايا المرأة فى الريف والحضر .

٢- إعداد دورات تدريبية للنساء فى الريف والحضر لمحو الأمية الثقافية والقانونية وتطوير المهارات ونشر الوعى بقضايا المرأة وأهمية إدماجها فى عملية التنمية .

٣- تسهيل إعداد دليل بأسماء الخبيرات فى كافة مجالات العمل الوطنى وعلى الأخص فى مجال الإعلام .

٤- تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات والمواد الإعلامية الخاصة بالأنظمة النسائية .

٥- إنتاج البرامج الإعلامية ذات الطابع التثقيفى وبثها من خلال الفيديو وضمان توصيلها إلى المناطق الريفية التى لا تتوفر فيها وسائل الإعلام الأخرى .

٦- ضرورة أن تولى مراكز البحوث والجامعات إهتماماً خاصاً لتشجيع الباحثين على إعداد البحوث التطبيقية والميدانية عن أوضاع المرأة المصرية فى الريف والحضر مع مراعاة أن تشمل كافة الشرائح الإجتماعية والثقافية وعلى الأخص فى صعيد مصر والأحياء العشوائية فى العاصمة .

ضرورة أن تسعى القيادات الأكاديمية فى مجال البحث الإجتماعى لتأسيس وتأصيل الفرع الخاص بعلم إجتماع المرأة بحيث يصبح قادراً على تزويد سائر العلوم الإجتماعية وفى قلبها علوم الإعلام والإتصال بالبحوث والدراسات الاساسية الخاصة بالمرأة المصرية فى الريف والحضر .

مستوى وسائل الإعلام :

١- ضرورة التنسيق بين وسائل الإعلام المقروء والمرئى والمسموع لوضع سياسة إعلامية موحدة لقضايا المرأة المصرية تعمل على مراعاة التوازن والإنصاف فى عرض الصور الإيجابية للمرأة وإبراز إنجازاتها فى مجالات الإنتاج والأسرة والإبداع الفكرى والعملى والإسهام فى حل مشاكلها ومحو أميتها وتطور أدائها المهنى وإزالة العقبات التى تحول دون مشاركتها فى تنمية مجتمعها والنهوض به على قدم المساواة مع الرجال .

٢- ضرورة قيام وسائل الاتصال الجماهيرى (الصحافة - الراديو - التليفزيون) بإجراء إستطلاعات دورية منظمة للتعرف على إتجاهات الجمهور وإحتياجاته . وفى إطار ذلك تتحدد مسئولية القائمين على الإعلام النسائى بإيلاء إهتمام خاص للتعرف على خريطة الجماهير النسائية وتحديد سماتها الواقعية ومشاكلها الفعلية وإحتياجاتها الحقيقية ومتابعة التطورات السلبية والإيجابية التى تطرأ على هذه الخريطة بفعل التغيرات والاحداث المجتمعية مع مراعاة الاستعانة بنتائج هذه الاستطلاعات فى رسم وتحديد التوجهات العامة للسياسة الإعلامية فى مجال الإعلام النسائى .

٣- كسر الحلقة التى تفصل بين الممارسين الإعلاميين فى مجال إعلام المرأة والأكاديميين فى مجال العلوم الإجتماعية وعلى الأخص علوم الإعلام والإتصال وخلق جسر من التواصل لتبادل الخبرات المعرفية والمهنية سعياً للتوصل إلى صيغة تساعد على تطوير الإعلام النسائى وتصحيح مساره بما يكفل قيام وسائل الإعلام بمسئولياتها الإجتماعية والثقافية إزاء قضايا المرأة .

٤- ضرورة التوسع فى عقد الدورات التدريبية وحلقات النقاش للإعلاميات والإعلاميين وعلى الأخص القيادات الإعلامية حول قضايا المرأة المصرية الريف والحضر .

٥- تشجيع إنتاج الأفلام والمسلسلات والبرامج الإعلامية التى تبرز الدور الوطنى والإجتماعى للمرأة المصرية وتوثيق هذه المواد كى تبقى للأجيال القادمة .

٦- حث وسائل الإعلام على مراعاة عدم تكريس التحيز الجنسى الذى تعانى منه الطفلة (الأنثى) فى الريف والحضر وخاصة فى الشرائح الفقيرة والذى ينعكس سلبياً على مختلف نواحى حياتها النفسية والإجتماعية وذلك للمساعدة على خلق تنشئة إجتماعية متكافئة بين الجنسين .

٧- تشجيع عدم قصر الإشتغال فى الإعلام النسائى على النساء دون الرجال بإعتبار أن قضية المرأة قضية مجتمعية تخص النساء والرجال معاً .

٨- تعزيز دور النساء العاملات فى وسائل الإعلام وإشتراكهن فى تخطيط وضع القرار على كافة المستويات فى المؤسسات الإعلامية المختلفة وذلك بالعمل على مساواتهن بزملائهن والترقى فى فرص التدريب والسفر للخارج .

٩- حث الإتحادات والنقابات الإعلامية على إعداد مواثيق شرف خاصة بالإعلام النسائى تكفل الإلتزام من جانب وسائل الإعلام بعرض صورة إيجابية تتسم بالإنصاف والتوازن للمرأة المصرية فى الريف والحضر وتتضمن عدم إستغلال صورة المرأة فى الإعلانات والإبتعاد عن القوالب النمطية السلبية الشائعة عن المرأة فى وسائل الإعلام .

١٠- تشجيع وسائل الإعلام على الإستفادة بالموروث الثقافى وإستلهام الجوانب الإيجابية فى التراث الإجتماعى والثقافى المصرى والعربى من قصة ومسرح وشعر ونصوص تراثية واستخدامها بصورة إبداعية متكررة فى صياغة الأشكال الفنية التى إتضح أنها أكثر تأثيراً على المرأة خاصة الأشكال الدرامية .

١١- ضرورة التنسيق بين المؤسسات الإعلامية والتنظيمات النسائية ومراكز البحوث لوضع إهتمامات مشتركة تحدد الأولويات وأساليب التناول الإعلامى وتراعى عدالة توزيع الإهتمام الإعلامى على المرأة المصرية فى الريف والحضر سواء من حيث الإنتماءات الطبقية والثقافية أو الأجيال والمهن .

١٢- حث وسائل الإعلام على القيام بحملات فى الصحف والراديو والتليفزيون تركز على المساواة بين الجنسين وأدوار الجنسين التى لا تقوم على القوالب النمطية داخل الأسرة وتنشر الوعى القانونى والإجتماعى الكفيل بالقضاء على جميع أشكال العنف ضد المرأة بما فيها العنف الأسرى .

على المستوى الإقليمى والدولى :

١- تأسيس شبكة إتصال للتنسيق بين المؤسسات الإعلامية المصرية والمنظمات العربية والدولية لتبادل المواد والبرامج الإعلامية التى تتناول بصورة إيجابية قضايا المرأة ومشكلاتها ودورها فى خطط التنمية .

٢- توظيف القمر الصناعى العربى (عرب سات) لبث البرامج الإعلامية التى تعزز دور المرأة وإدماجها فى عملية التنمية .

٣- تشجيع الإنتاج العربى والدولى المشترك للأفلام والمسلسلات التى تتناول قضايا المراة وأدوارها فى ضوء مستجدات العصر .

٤- حث الإعلام المصرى على الإستفادة من المواد والبرامج الإعلامية الأجنبية التى تعالج قضايا المرأة وتتميز بالمحتوى الإنسانى والثقافى والإجتماعى والتربوى الهادف مع مراعاة التحذير من الإسراف فى النقل والإقتباس دون مراعاة للخصوصية الثقافية والإجتماعية للمجتمع المصرى بنسائه ورجاله .

٥- مطالبة الهيئات الإقليمية والدولية بدعم وتمويل المشروعات التى تستهدف تطوير الأداء المهنى للإعلاميات والتى تتمثل فيما يلى :

أ- تنظيم الدورات التدريبية المتواصلة .

ب- تأسيس شبكة معلومات عن المرأة المصرية فى الريف والحضر .

٦- مطالبة الهيئات الإقليمية والدولية بدعم وتمويل المشروعات البحثية لإجراء دراسات مسحية شاملة عن المرأة المصرية فى الريف والحضر وتحديد خريطة إحتياجاتها الحقيقية ومشاكلها الفعلية مع مراعاة تزويد وسائل الإعلام بنتائج هذه البحوث للاستفادة بها فى تطوير المواد والبرامج الإعلامية الخاصة بالمرأة .

٧- تشجيع الهيئات الدولية والإقليمية على إعداد مشروعات مشتركة لمحو أمية المرأة الريفية ولتشجيعها على المشاركة فى الأنشطة التنموية والبيئية والمحلية .

٨- مطالبة الهيئات الدولية بتقديم كافة أشكال الدعم والتمويل لتأسيس مراكز جديدة للنهوض بالمرأة الريفية فى كافة المجالات الصحية والثقافية والإقتصادية والإجتماعية على أن تسعى هذه المراكز لتأهيل وتدريب المرأة الريفية على استخدام التكنولوجيا الملائمة والعمل على خلق وإنشاء وسائل الإتصال البديلة التى تساعد على تشكيل الوعى المجتمعى المستنير لدى المرأة الريفية .

الملاحق الاعلامية

ملحق رقم (١)

استمارات تحليل وسائل الإعلام المطبوع والمرئى والمسموع

الخاصة بقضايا المرأة والتنمية فى الريف المصرى

اسم الجريدة أو المجلة أو الخدمة الاذاعية :

تاريخ اليوم المحلل :

استمارة تحليل مضمون وسائل الاعلام الجماهيرى الخاصة بقضايا المرأة والتنمية فى الريف المصرى

اسم المحلل :

عناوين المواد المحللة :

م	قضايا المرأة المصرية												قضايا المرأة فى العالم					موضوعات عامة	القائم بالاتصال	المصدر	سمات الجمهور المستهدف	ملاحظات
	قضايا المرأة والتنمية				قضايا المرأة والأسرة				الاهتمامات التقليدية للمرأة													
	حضرية	ريفية	بدوية	عام	حضرية	ريفية	بدوية	عام	حضرية	ريفية	بدوية	عام	دول عربية	دول إسلامية	دول نامية	دول متقدمة	عام					

اسم الصحيفة :

م	الشكل الصحفى المستخدم						طريقة العرض والمعالجة									
	إخبارية	استقصائية وتفسيرية	الرأى	الخدمات	رسائل القراء	إعلانية	مكان النشر	المساحة	لا يستخدم وسائل إبراز	يستخدم وسائل إبراز (كيفى)	أسلوب المعالجة					التحليل الكيفى (وصفيا)
											الزاوية	المستوى	نوع المعالجة	مسار البرهنة	القيم	

تاريخ اليوم المحلل :

استمارة تحليل مضمون وسائل الاعلام الجماهيرى
الخاصة بقضايا المرأة والتنمية فى الريف المصرى

اسم المحلل :

عناوين المواد المحللة :

م	قضايا المرأة المصرية												قضايا المرأة فى العالم					موضوعات عامة	القائم بالاتصال	المصدر	سمات الجمهور المستهدف	ملاحظات
	قضايا المرأة والتنمية				قضايا المرأة والأسرة				الاهتمامات التقليدية للمرأة													
	حضرية	ريفية	بدوية	عام	حضرية	ريفية	بدوية	عام	حضرية	ريفية	بدوية	عام	دول عربية	دول إسلامية	دول نامية	دول متقدمة	عام					

اسم الخدمة الإذاعية المحللة

م	الشكل الاذاعي المستخدم																طريقة العرض والمعالجة					
	حديث مباشر	حوار	تحقيق	فيلم	مسلسل	إعلان	تمثيلية	فقرة درامية	أغنية	أخبار	برنامج خاص	مجلة	فيتشر	دورية البث	توقيتات البث	المدة	أسلوب المعالجة					الصور المصاحبة للمواد (وصليا)
																	الزاوية	المستوى	نوع المعالجة	مسار البرهنة	القيم	

الملاحق الميدانية

ملحق رقم (٢)

استطلاع للمرأة فى الريف

- إسم الباحث :
- تاريخ المقابلة :
- اسم عائل الأسرة :
- العائلة المنسوب لها الأسرة :
- عمل رب الأسرة مصادر الدخل
- الحيازة توجد لا توجد

فى حالة وجود حيازة تذكر مساحة الأرض .

مؤجرة أم مزروعة

- هل يعمل أحد أفراد الأسرة بالدول العربية أو دول الخليج (تفاصيل)
- عدد الأولاد الذكور والإناث .

الأولاد المتعلمون فى الأسرة .

الذكور الإناث

إذا لم توجد مؤهلات تذكر مستوى القراءة والكتابة .

إجادة تامة متوسطة فك الخط

- هل يوجد جهاز راديو لدى الأسرة ؟
- متى بدأت الأسرة تقتنى الراديو ؟
- هل يوجد جهاز تليفزيون لدى الأسرة ؟
- متى بدأت تقتنى جهاز التليفزيون ؟
- هل يقرأ أحد أفراد الأسرة الصحف اليومية .
- ما هى المجلة المفضلة - لماذا ؟
- ماذا تسمع فى الراديو ؟
- ما هى البرامج المفضلة فى الراديو ؟ لماذا .
- ما هى البرامج المفضلة فى التليفزيون ؟
- هل ترى البرامج التليفزيونية بانتظام حسب الظروف ؟
- هل تشاهد التمثليات - الأفلام ؟
- هل تسمع نشرة الأخبار فى الإذاعة ونشرة الأخبار فى التليفزيون ؟
- متى تشاهد التليفزيون ؟
- متى تغلق التليفزيون يومياً ؟

- هل تتذكر أسماء المذيعين ؟
- هل تعرف أسماء الممثلين فى المسلسلات التليفزيونية - متى يعجبك منهم ؟
- هل ترى مسلسلات أجنبية ؟
- أذكر أمثلة (أسماء المسلسلات) ؟
- هل تعجبك المسلسلات الأجنبية ؟
- لماذا تعجبك أو لماذا لا تعجبك ؟
- كيف تعرف أخبار البلد ؟

فى القهاوى - فى الجنازات - زيارات الأقارب والأصدقاء

الجزء الخاص بالمرأة :

هناك مستوى خاص بالجيل القديم ٥٠-٦٠ سنة .

ومستوى خاص بالجيل الوسط ٣٥-٥٠ سنة .

ومستوى خاص بالجيل الجديد ٢٠-٣٥ سنة .

- حصر عدد النساء داخل كل أسرة وتصنيفهم داخل البيئة العمرية الخاصة بهم .

مستوى التعليم :

- أمية - متعلمة
- درجة التعليم

قراءة وكتابة - شهادة متوسطة - شهادة عليا

- الدخل

ليس لها دخل خاص - لها دخل خاص

- مصدر الدخل :

حيازة أرض - تجارة - عمل حرفى أو مهنى

يذكر نوع العمل

- كيف تزوجت ؟
- هل رأت زوجها وتعرفت عليه قبل الزواج ؟
- هل تم الإتفاق بين الأهل ولم تشاهد زوجها إلا يوم كتب الكتاب ؟
- عندما يقرر زوجها شراء جديد (بقرة - قطعة أرض - منزل جديد) يأخذ رأيها أم يتصرف ويخبرها بعد أن يتخذ القرار .

- هل يشترى الزوج لوازم البيت أم يترك لها مصروف وتكلف أحد أولادها بشراء اللوازم المنزلية .
- هل تخرج لزيارة اهلها ؟
- عدد المرات منذ زواجها ؟
- هل تشارك فى الجنازات ؟
- هل تحصل على إذن زوجها قبل الذهاب إلى الجنازات ؟
- هل تذهب لزيارة المقابر ؟
- هل تحصل على إذن زوجها قبل الذهاب إلى المقابر أو لزيارة الأهل ؟
- هل يعطيها زوجها مصروف شخصى ؟
- هل يشترى لها زوجها احتياجاتها الشخصية مثل الملابس – الأحذية – الذهب؟

مسئوليات المرأة داخل المنزل :

الطبخ والخبيز والغسيل والتنظيف وحلب الماشية .

- هل توجد مساعدة أو خادمة لدى الأسرة ؟
- متى تبدأ المرأة عملها المنزلى ؟
- من يساعدها فى الأعمال المنزلية ؟
- تحديد مسئولية البنات فى الأعمال المنزلية ؟
- هل تعتمد المرأة على بناتها أم خادمة خاصة أم تقوم بنفسها بكافة الأعمال المنزلية؟
- هل تذهب المرأة إلى الطبيب فى القرية إذا أحست بمرض أم تداوى نفسها بالوصفات البلدية أم تخفى مرضها ولا تتحدث عنه أمام زوجها وأولادها ؟
- هل تجد وقت فراغ لمشاهدة التليفزيون أو سماع الراديو ومتى يكون هذا الوقت؟
- هل تفضل الراديو أم التليفزيون ؟ لماذا ؟
- كم مرة تشاهد التليفزيون ؟
- هل تفضل الجلوس إلى إحدى قريباتها أو جاراتها أم مشاهدة التليفزيون ؟
- هل تعرف أخبار البلد من الجنازات أم من أولادها وزوجها أم من أقاربها وجيرانها
- هل تفضل التعليم للبنت مثل الولد ولماذا ؟

ملحق رقم (٣)

دليل دراسة الحالة

أولا : بيانات أساسية خاصة بالحالة المدروسة

- الاســم :
- العــمر :
- التـعليم :
- الســن :
- الحالة الاجتماعية :
- عدد سنوات الزواج :
- عدد مرات الإنجاب :
- عدد الأبناء الذكور والإناث :
- زوجات أخريات إن وجدت :
- عدد الأفراد المقيمين مع الأسرة ونوع القرابة :

ثانياً : بيانات خاصة بالأسرة المعيشية :

م	أفراد الأسرة	الصلة برب الأسرة	السن (١)	التعليم (٢)	الحالة الزوجية (٣)	المهنة (٤)	ملكية الأسرة من الأراضي	حيازة الأسرة من الأراضي
١								
٢								
٣								
٤								
٥								
٦								
٧								
٨								
٩								
١٠								

(١) تذكر بيانات السن بالسنوات تقريباً .

(٢) التعليم : أمى - يقرأ ويكتب - الابتدائية - الإعدادية - الثانوية - مؤهل فوق المتوسط - ماجستير - دكتوراة .

(٣) الحالة الزوجية : أعزب - متزوج - مطلق - أرمل - تحت السن .

(٤) المهنة : تذكر المهنة إن أمكن بالتفصيل .

(٥) حالة المسكن : وصف المسكن .

– نوع المبنى – عدد الغرف به – تاريخ إنشائه – تكاليف إنشائه إن أمكن – مصادر الدخل لإنشائه – تحديد الباحث لنوعية الأثاث الموجود به . محاولة الباحث تقييم مستوى الأسرة الاقتصادى – الاجتماعى .

– نوعية السلع المعمرة الموجودة بالمنزل وطريقة اقتناء هذه السلع بالنقد – بالتقسيط – هدايا .

ثالثاً : الخلفية الإجتماعية لتكوين الأسرة المعيشية :

– والد الزوجة :

التعليم – ملكية – حيازة – وضعه فى القرية – من الذى له دور فى عملية الاختيار – السن عند الزواج سواء بالنسبة له أو الزوجة – السن عند الزواج .

– أم الزوجة :

السن عند الزواج – التعليم – علاقة الأب بالأم – علاقة الأباء بالذكور – علاقة الأم بالإناث – وجهة نظر الأم لتعليم الإناث – التعليم فى الأسرة من المسئول عن اتخاذ قراره به .

– والد الزوج :

السن عند الزواج – التعليم – ملكية – حيازة – وضعه فى القرية – وضعية الزواج (عائلية – جيرة) من الذى له دور فى عملية الاختيار .

– والدة الزوج :

التعليم – ملكية – حيازة – الوضع فى القرية – وضعية الزواج (عائلية – جيرة) السن عند الزواج .

رابعاً : بيانات خاصة بالعلاقات الاجتماعية فى الأسرة وخارجها :

– العلاقة بين الزوج والزوجة الاحترام – القهر .

– العلاقة بالابناء وكل طرف الزوج – الزوجة .

– علاقة الزوج بالابناء الذكور والإناث.وهل هناك تفرقة أسبابه –أشكال التمييز ؟

– علاقة الزوجة بالابناء الذكور والإناث.هل هناك تفرقة أسبابه –أشكال التمييز ؟

– العلاقة بالأهل للزوج والزوجة.هل تتم زيارات فى إطارالمشاركة الاجتماعية ؟

– العلاقة بالمؤسسات الموجودة فى القرية :

أ– جمعية تنظيم الأسرة .

ب– محو الأمية .

ج– الوحدة الصحية .

د- جمعيات أهلية بالقرية ونوعية التعامل (قروض - تعليم - تفصيل) .. إلخ.

هـ- الجمعية الزراعية بالقرية . ونوعية العلاقة .

و- بنك القرية . ونوعية العلاقة .

فى هذا الجزء من الأهمية بمثابة التركيز إلى مدى استفادة المرأة من المؤسسات داخل القرية وموقف الزوج من هذه المؤسسات بالتفصيل .

خامساً : مكانة الزوجة والبنات داخل الأسرة :

- مدى حرية الزوجة فى أوجه الإنفاق داخل الأسرة .
- مدى حرية الزوجة فى الخروج زيارات - مشاركة فى المناسبات الاجتماعية الأفراح.
- وضعية البنات في الأسرة سواء متعلمة وغير متعلمة . وهل ثمة بينهما ؟
- رأى الزوجة فى ولادة البنين والبنات . ومن الأهمية ذكر المثل : لما قالوللى دى بنت اتهدت الحيطة على .
- مدى حرية الزوجة فى اتخاذ قرار التعليم - الزواج - بيع شراء داخل الأسرة .
- جوزك بيأخذ رأيك فى مشاكل الأسرة وبيسمع مشورتك فيها ؟
- جوزك بيأخذ رأيك فى مشاكل شغله ويسمع مشورتك فيها ؟
- جوزك بيساعدك فى مجايب حاجات البيت وبيساعدك فى شغل البيت ؟
- مين صاحب الرأى فى المصروف اليومى فى البيت ؟

تربية الأولاد . تعليم الأولاد .

شغل البنات .

جوزة البنات .

سادساً : الاتجاهات نحو عمل المرأة ودور الرجل :

(مطلوب معرفة رأى المرأة) كل مايأتي :

* الست ما لهاش إلا بيتها ومش المفروض تشتغل ؟
* البنت لازم تتجوز لما يجيلها عريس مناسب ولو كانت بتتعلم ؟
* الست اللى بيتها مش محتاج فلوس لازم تقعد فى البيت وما تشتغلش ؟
* الرجالة مش مفروض يساعدوا فى شغل البيت ولو الست بتشتغل ؟
* البنت لازم تتحجب ؟
* الراجل لازم تكون كلمته مسموعة فى البيت ايا كان ؟

* الست اللى عندها أولاد صغار مش مفروض تشغل ؟
* الست اللى بتصرف فى البيت لازم يبقى لها كلمة ؟
* الأب والأخوات الرجالة هم اللى يختاروا العريس للبنت ؟
* الرجالة لازم يشوروا ستاتهم فى كل حاجة ؟
* الست المتجوزة لازم تتحجب ؟
* البنت لازم تتعلم وتشتغل بتعليمها وبعدين تفكر فى الجواز ؟
* الست لازم تستأذن جوزها فى كل حاجة ؟

سابعاً : طبيعة عمل المرأة وحجمه .

– نوعية عمل المرأة داخل الأسرة . وهل يدر دخلاً للأسرة . أم العمل .
–هل عمل المرأة يعطى لها حرية التصرف فى بعض الأموال التى تحصل عليها؟
– هل تعانى من مشاكل فى العمل – الرئيس – الزملاء – وهل السبب أنها إمراة؟
– هل تعانى من مشكلات مع الزميلات فى العمل . ونوعية هذه المشاكل ؟

ربة منزل : ضرورة وصف يوم كامل للمرأة . ونوعية الأدوار التى تقوم بها . ويمكن التمييز بين يومين يوم عمل مكثف (غسيل – خبيز ... إلخ) ويوم عمل عادى .

عمل المرأة :

– هل تساعد المرأة فى العمل الحقلى داخل الأسرة وخارجها ؟
– نوعية المساعدة (تحديد طبيعة العمل) .
– هل يستعان بإجراء وأطراف أخرى فى انجاز هذا العمل ؟
– هل هناك أشكال تضامنية بين الأسر وبعضها البعض فى العمل الزراعى ؟
– ما هى أبرز المشكلات التى تواجههم فى الزراعة . وخاصة الحصول على مستلزمات الإنتاج – هل هناك تدريب وإرشاد زراعى .. إلخ .
– هل هناك مشروعات غير زراعية موجودة داخل الأسرة . أشكالها ومدى تقدمه مباشرة من دعم ومساندة . ما هى الفائدة التى تعود على الأسرة – المرأة من هذه المشروعات؟
– مدى الاستفادة من قروض الصندوق الاجتماعى ومشروعات الأسر المنتجة ؟
– أتغيرت حاجة فى حياتك بسبب الشغل ؟
– أهم مشكلة بتحصل لأسرتك بسبب الشغل ؟

- أهم فائدة بتعود عليك من الشغل ؟
- أهم فائدة بتعود على باقى أفراد الأسرة من الشغل ؟
- بتكسبى قد أية من الشغلانة دى فى الشهر ؟
- بتسلمى مكسبك لحد ؟
- حوشتى أى فلوس من مكسبك " أشتريتى حاجة خاصة بيك ؟
- كلمتك بقت مسموعة أكثر فى البيت بعد ما بقيتى ؟

مصادر دخل الأسرة :

- الدخل - مصادره لكل أفراد الأسرة .
- أوجه الاتفاق والتسهيلات للأسرة .
- إذا كان هناك فرق بين الدخل والانفاق - كيف يتم تغطية هذا الفرق .
- إبراز أوجه الإنفاق على المستويات المختلفة تعليم .

الجانب الإعلامى والثقافى

شراء الصحف والمجلات والكتب :

- السؤال عما إذا كانت الأسرة تقتنى صحف - مجلات - كتب ؟
- ما نوعية هذه الصحف والمجلات ؟
- هل يتم شراء الصحف والمجلات بشكل دائم / متقطع ؟
- هل يتم تبادل الصحف / المجلات بين أهل القرية ؟
- ما هى الموضوعات التى تحبى تقرأيها . وكذلك البنات فى الأسرة ؟
- رأيك أية فى المقالات المكتوبة عن المرأة فى الصحف والمجلات ؟
- هل تبغى اهتماماً واضحاً بالمرأة فى الرِيف ؟
- تفتكرى المقالات دى المكتوبة فى المجلات والصحف مفيدة لك ؟

التليفزيون والراديو :

عندكم راديو وتليفزيون . ونوعية التليفزيون أبيض / أسود ؟

- يا ترى بتسمعى راديو - وأية أفضل وقت للاستماع إليه ؟
- عايز أعرف البرامج التى تحبى تسمعيها - ومن هذه البرامج ؟
- هل البرامج دى مفيدة لك . ومفيدة له ؟

- رأيك أيه فى برامج المرأة فى الإذاعة ؟
- امتى أشترتم تليفزيون . وهل بالنقد - بالتقسيط ؟
- هل بيشتغل بالكهرباء أم بالبطارية ؟
- ما هى الفترات التى تشاهدين فيها التليفزيون ؟
- هل تختارى برامج مميزة تفضلى تشاهديها . ما هى ؟
- هل استفدت من هذه البرامج فى حياتك وتربية ولادك ؟
- رأيك أيه فى برامج المرأة فى التليفزيون ؟
- هل تعبر عنك وعن مشاكلك فى القرية ؟
- وتفتكرى برامج التليفزيون بتظهر مشاكل الناس وحياة الناس ولا أيه رأيك ؟
- عايز أعرف رأيك فى الإعلانات تفتكرى الأولاد بيتأثروا بيها . وأيه نوعية التأثير؟

الأفلام السينمائية فى التليفزيون

- أيه فى رأيك أفضل نوعية من الأفلام السينمائية المعروضة تحبى تشاهديها ؟
- وليه الأفلام دى بالذات . الأفلام القديمة / الجديدة وليه ؟
- مين فى رأيك أفضل الممثلين والممثلات فى هذه الأفلام وليه ؟
- أيه أفضل مسلسل أثر فيك وفى نظرتك للأمور فى التليفزيون وليه ؟

التعرف على بعض القيم الثقافية :

- قيمة الإنجاب ؟
- قيمة المشاركة وتقليد المرأة للمناصب ؟
- رأيك فى أن تصبح المرأة عمدة ؟
- قيمة التضامن الجماعية مقابل الفردية ؟
- قيمة الحرية ؟
- قيمة الديمقراطية ؟
- قيمة العدل ؟
- قيمة الصبر ؟

كذلك أهمية رصد بعض الممارسات الثقافية - من التراث الشعبى فى الطب / الإنجاب/ وهل فى معالج شعبى فى القرية / ... إلخ .

المشاركة السياسية

تعرف أن فى انتخابات : رئاسة جمهورية / مجلس الشعب / مجلس الشورى / المحليات ؟

- عندك بطاقة انتخابية ومن أمتى عندك ؟
- وطلب منك بطاقة انتخابية ؟
- ومين طلب منك استخراج بطاقة انتخابية ولا عملتها من تلقاء نفسك ؟
- إذا كان فى انتخابات بتروحى تعطى بصوتك فى الانتخابات ؟
- ولو فيه شخصين من أكثر من قرية تعطى صوتك لمين ؟

أمين القرية – أمين الوحدة المحلية الأكبر .

- هل حد بيأثر عليك الزوج / العمدة / رئيس المؤسسة التى تعمل فيها فى إعطاء صوتك لعضو / مرشح معين ؟
- تعرف أن فى أحزاب فى مصر . وأيه هية الأحزاب دى ؟
- أنت أو أحد من أسرتك أعضاء فى أى حزب ؟
- وليه الحزب ده بالتحديد ؟

الوعى بقضايا المجتمع الأسرة – الفرد

- فى رأيك أيه أهم مشكلة تواجه أسرتك ؟
- هل فى أسر تانية فى القرية تواجه نفس المشكلة ؟
- فى رأيك أيه أهم مشكلة فى قريتكم الآن ؟
- ورأيك تتحل إزاى ؟
- رأيك فى أهم مشكلة بتواجه مصر دلوقتى ؟
- ومن المسئول عن حلها ؟
- رأيك تتحل إزاى ؟

الفهرس

رقم الإيداع ١٥٩٠١/٩٨

I.S.B.N
977-319-002-1



٦٠ شارع القصر العينى (١١٤٥١) القاهرة
ت: ٥٩٤١٩٤٣-٣٥٥٤٥٢٩
ت فاكس: (٢٠٢)٣٥٤٧٥٦٦
E-Mail alarabi5@intouch com

